

pizza e pasta

ITALIANA

n° 6

giugno

2022

www.pizzaepastaitaliana.it

anno XXXIII



waico

mod. 15 divisioni - 150/360g - 2700pz/h

Facile, affidabile, veloce.

Massima produttività per la tua pizzeria

Le spezzatrici arrotondatrici Vitella aiutano in modo significativo il mondo dell'arte della pizza, dando al pizzaiolo moderno la possibilità di velocizzare la produzione oraria nella pesatura e nella formatura delle palline. Con una sola macchina, in modo semplice e veloce, si ha la possibilità di dividere una porzione di impasto in più pezzi e successivamente arrotondarli, ottenendo un risultato straordinario in pochi secondi.

vitella

vitella

Guardala
in funzione

IL GUSTO PER LE COSE FATTE BENE

C'è sempre soddisfazione
nel fare bene il proprio lavoro.

Per un pizzaiolo significa sfornare pizze deliziose,
apprezzate da una clientela che gusta le materie
prime di qualità scelte e la cottura impeccabile.

Per noi di Lilly Codroipo significa produrre
attrezzature create appositamente per il
pizzaiolo, utilizzando i materiali più specifici e
curandone la realizzazione nei particolari.

Lo facciamo con passione da oltre 35 anni.

Scopri gli oltre 400 articoli per pizzerie,
gastronomie e fast food.

Ne facciamo per tutti i gusti!



LILLY CODROIPO s.r.l.

via Lino Zanussi 7
33033 Codroipo UD - ITALIA
tel. +39 0432 907166
info@lillycodroipo.com
www.lillycodroipo.com



4	PIZZA E PASTA ITALIANA	
	GIUGNO	2022
AZIENDE		
Afinox	p. 39	
Brimi	p. 21	
Casa Penelope	p. 61	
Castelli Forni	p. 105	
Cerutti Inox	p. 31	
Cuppone	p. 87	
Di Marco Corrado Srl	p. 27	
Dr Zanolli	p. 95	
Dr Schaer	p. 103	
Hot Box	p. 49	
Farmfrites	p. 65	
Gi Metal	p. 15	
Greci	p. 113	
Industria Alimentare Tanagrina	p. 77	
Italforni	p. 23, 99	
Kuma Forni	p. 115	
Latteria Montanari	p. 83	
La Torrente	p. 17	
Lilly Codroipo	p. 3	
Metro Cash & Carry	p. 9	
Millberg	p. 67	
Molini Lario	p. 45	
Molino Agugiaro e Figna	p. 116	
Molino Magri	p. 33	
Molino Naldoni	p. 37	
Molino Pasini	p. 7	
Nova Funghi	p. 11	
Refrattari Reggello - Forni Valoriani	p. 53	
Sacar Forni	p. 81	
Sanfelici	p. 57	
Sitta	p. 51	
Velma	p. 13	
Vinòforum	p. 91	
Vitella	p. 2	
Vito Italia Srl	p. 69	

— Sommario —

6

EDITORIALE

di Antonio Puzzi

8-10

PRIMA PAGINA

a cura della redazione

12-14-16

PIZZA NEWS

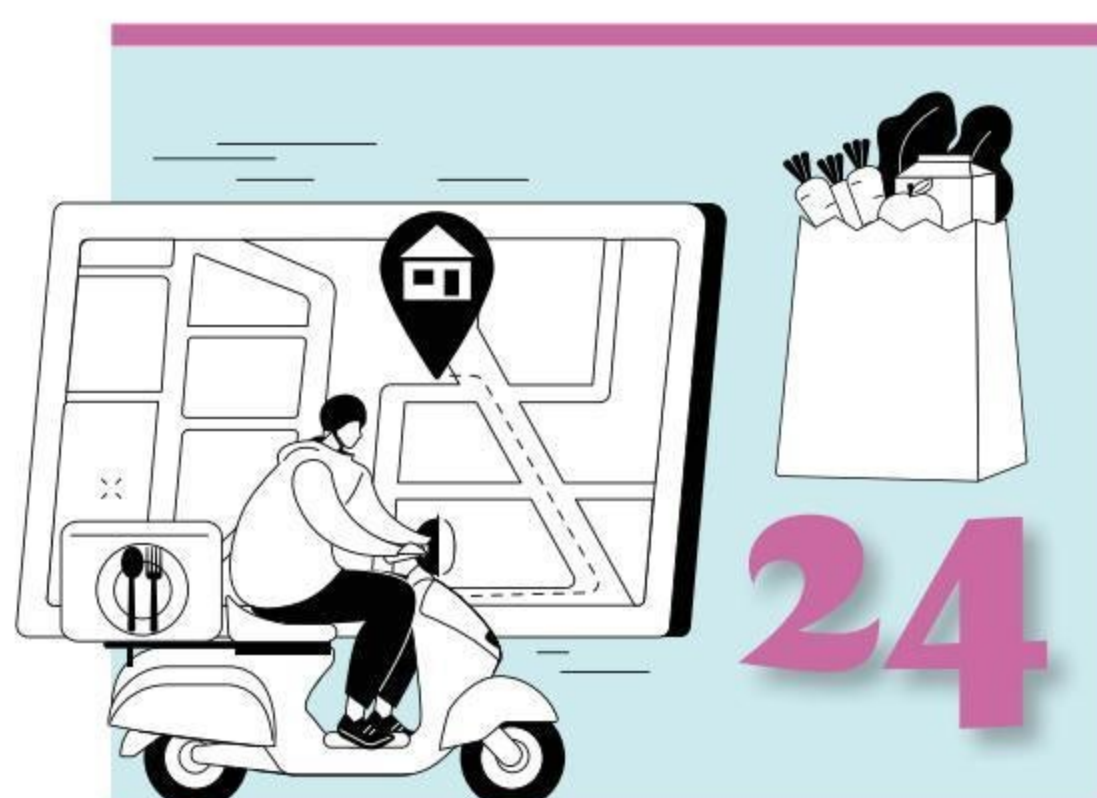
a cura della redazione

18

RISTORAZIONE DOMANI

I maestri della
nuova cucina
italiana

di Giampiero Rorato



SPECIALE FOOD DELIVERY

Digital Boom!

a cura della redazione

28

Food Delivery
in Italia: l'identikit
dei big players

a cura della redazione



SPECIALE FOOD DELIVERY

Volete farvi
scegliere
tra decine
di proposte
su un'unica app?
Ecco come fare

di Domenico Maria Jacobone



SPECIALE FOOD DELIVERY

Organizzare
il food delivery
non basta..
serve anche
promuoverlo!

di Monica Piscella

46

Ad ogni pizza
il suo box?

di D.M.



SPECIALE FOOD DELIVERY

Mangiare a casa

Come scegliere bene il nostro menù da asporto

di Marisa Cammarano

60

Prosciutto Toscano Dop.

Un salume d'eccellenza

di D.M.

LA BIRRA 64

L'importanza della formazione per il mondo della birra artigianale

di Alfonso Del Forno

LE SPEZIE 70

Il ginepro

di Giampiero Rorato

74

Melanzane e peperoni: arriva l'estate

di Caterina Vianello

NON DI SOLO PIZZA 80

Io, Elena, una cuoca a domicilio

di C.O.

84

Tutti i vincitori di Emergente 2022

a cura della redazione

88

Pizza e Pasta Italiana a giugno è a Vinòforum

a cura della redazione

92

La parola ai pizzaioli

a cura della redazione

96

Divin Graziano.

Il percorso di Graziano Monogrammi e della sua Divina Pizza

di Antonio Puzzi

CAMPIONATO MONDIALE DELLA PIZZA 2022

100

Fabio Alveti, un ottimista pignolo

di D.M.



106

Giuseppe "acchiappatutto".

Le tante vittorie al Campionato Mondiale della Pizza di Giuseppe Criminisi

di C.O.

111

Scuola Italiana Pizzaioli

UN LIBRO AL MESE 112

Delivery e take away.

Piatti da chef pensati per il consumo a casa

a cura della redazione

LE AZIENDE INFORMANO

Molini Lario _____ p. 73

Molino Denti _____ p. 79

Molino Naldoni _____ p. 59

Editoriale

Antonio Puzzi

"Pronto, pizzeria". Non riesco a ricordare quanto tempo sia passato dall'ultima volta che ho sentito rispondere così a una telefonata! Ve lo confesso: da quando ho scoperto le app di food delivery (quelle delle multinazionali, prima e successivamente quelle "a km zero" create direttamente dal ristorante o da startup italiane) non ne posso più fare a meno. Non perché queste non abbiano difetti, anzi!

Ce ne sono alcune che – per fidelizzarmi – mi mandavano continuamente promozioni ma, dopo il terzo o quarto ordine effettuato non ho mai più ricevuto l'ombra di uno sconto. E così ho finito per disinstallarle. Perché purtroppo è vero: questo mercato è molto delicato e bisogna fare attenzione. Si nutre di una clientela che cambia con molta frequenza, si aggiorna, cresce e sebbene le potenzialità siano (quasi) infinite non è affatto detto che si riescano a cogliere.

Ma veniamo al motivo per cui ho scelto di ordinare tramite app e non via telefono (se non vi interessa, andate direttamente all'ultimo capoverso): quando chiamavo la pizzeria per chiedere una consegna accadevano in genere quattro cose:

1. se le pizze erano più di 3, venivano irrimediabilmente messe in coda a chi ne aveva solo una o due;
2. non sapevo mai quando sarebbero arrivate (e non mi azzardavo a chiedere un orario);
3. spesso, abitando in una località con tanti condomini, il fattorino aveva difficoltà a trovare il citofono e le pizze arrivavano fredde;
4. nella stragrande maggioranza dei casi, se non prendevo una Margherita o una Capricciosa, mi trovavo nel cartone qualcosa di molto diverso da ciò che avevo richiesto perché chi prendeva le ordinazioni era anche alla cassa, passava le comande verbalmente al banco delle pizzerie e doveva districarsi tra asporto, consegne e talvolta anche sala.

Lo so, non siete tutti così: è colpa mia che non sapevo scegliere i locali a cui rivolgermi. Intanto però, attraverso le app ho risolto il problema perché le comande sono stampate, gli orari sono (più o meno) certi e l'indirizzo è geolocalizzato. Ecco perché ho pensato, con un pizzico di egoismo, che questo numero dedicato al digital food delivery potesse arrivare anche a questi bravi artigiani un po' in confusione con le consegne ed essere per loro una sorta di vademecum per conoscere e capire un mondo che è radicalmente cambiato rispetto a quattro o cinque anni fa.

Questo mese infatti parliamo di quanto vale il mercato del digital food delivery in Italia, quali sono i cibi più richiesti, come scegliere dove posizionarsi e come attrarre pubblico ma anche quale menù proporre per riuscire ad avere un equilibrio tra buon gusto e corretto apporto nutrizionale. E poi, ovviamente, troverete le nostre "storie di successo" legate al tema del mese.

Un affettuoso saluto e un augurio di buona lettura,
nio

PIZZA E PASTA ITALIANA

Mensile di Pizza, Pasta, Enogastronomia e Cultura

Edito da **PIZZA NEW S.p.A.**

Autorizzazione Tribunale di Venezia n.1019 del 02/04/1990
Anno XXXIII - n.6 giugno 2022 - Repertorio ROC n. 5768

DIRETTORE EDITORIALE

Massimo Puggina

DIRETTORE ONORARIO

Giampiero Rorato

DIRETTORE RESPONSABILE

Antonio Puzzi

RESPONSABILE DI REDAZIONE E DI PROGETTO

David Mandolin

SEGRETERIA DI REDAZIONE

Caterina Orlandi

PUBBLICITÀ

David Mandolin, Caterina Orlandi

REDAZIONE

Via Sansonessa, 49 - 30021 CAORLE (VE) Tel. 0421/212348
- Fax 0421/81007 - E-mail: redazione@pizzaepastaitaliana.it

www.pizzaepastaitaliana.it

PROGETTO GRAFICO

Manuel Rigo, Paola Dus, Elena Cazzuffi
— Mediagraf lab

DIGITAL PUBLISHING

Maura Trolese
— Mediagraf lab

IN COPERTINA

illustrazione di Valentina Bongiovanni

STAMPA MEDIAGRAF S.p.A.

Noventa Padovana (Pd)

COMITATO TECNICO E REDAZIONALE

Marisa Cammarano, David Mandolin, Gianandrea Rorato,
Caterina Vianello, Caterina Orlandi, Alfonso Del Forno,
Luciano Cescon.

AFFILIAZIONI INTERNAZIONALI

Pete La Chapelle (N.A.P.O. - Pizza Today, U.S.A.), P.M.Q. Steve
Green (U.S.A.), P.M.Q. Russia, P.M.Q. Cina.

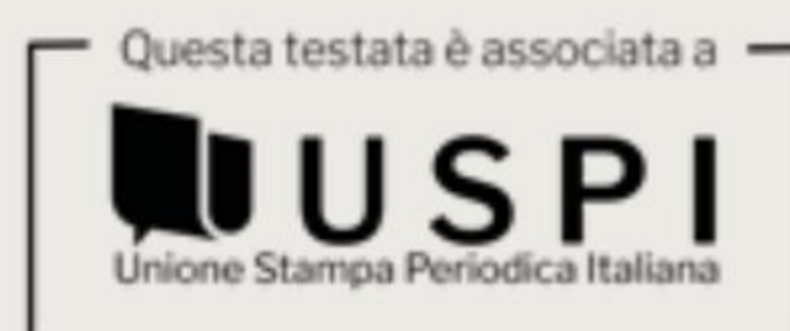
PER INFORMAZIONI, SOTTOSCRIVERE UN ABBONAMENTO O RICHIEDERE UN ARRETRATO:

TELEFONARE AL NUMERO 0421 212348
dal lun. al ven.: 10:00 – 12:00 / 15:00 – 17:00

INVIARE UN FAX A 0421 83178
Servizio abbonamenti Pizza e Pasta Italiana

INVIARE UNA MAIL A:

abbonamenti@pizzaepastaitaliana.it
L'abbonamento può avere inizio in qualsiasi momento dell'anno e dà diritto a ricevere 11 numeri della rivista. L'abbonamento andrà in corso dal primo numero raggiungibile.



PER LA PUBBLICITÀ SULLE RIVISTE:

ITALIA Pizza e Pasta Italiana;
U.S.A. Pizza Today, P.M.Q.

TEL 0421.83148 — FAX 0421.81007



LA LINEA SOFFIO RADDOPPIA

TIPO 0 E TIPO 1 PER MEDIA E LUNGA LIEVITAZIONE
PER UNA PIZZA CROCCANTE DAL BORDO ALTO ED ALVEOLATO

S	PIZZA E PASTA ITALIANA	
	GIUGNO	2022
PRIMA PAGINA		

a cura della redazione

prima pagina

Tornano le Olimpiadi della Vera Pizza Napoletana a cura di AVPN

Tornano, dal 3 al 6 Luglio 2022 presso la sede dell'AVPN, le "Olimpiadi della Vera Pizza Napoletana". Un importante appuntamento per condividere la grande passione che tutto il mondo nutre nei confronti della Pizza Napoletana e per festeggiare i 38 anni di attività dell'Associazione. Le discipline in gara vanno dalla "Vera Pizza Napoletana" a quella "per Gourmet", dalla "Gluten Free" alla "Pizza Fritta", dalla "Mastunicola" al "Calzone Napoletano". A contendersi le medaglie saranno le pizzerie e i maestri pizzaioli affiliati AVPN sparsi per i cinque continenti i quali potranno partecipare di diritto alla fase finale. A loro andranno ad aggiungersi i vincitori delle eliminatorie organizzate in giro per il mondo, durante le quali i pizzaioli non affiliati si sfideranno nella preparazione di Margherite. Con una novità in più per questa edizione 2022: la gara infatti è per la prima volta aperta anche ai non professionisti, con una categoria speciale tutta dedicata: "Amatori".



Il vincitore di ogni tappa eliminatoria estera (amatoriale o professionale) riceverà in premio il volo e il soggiorno a Napoli dal 3 al 6 luglio. Il secondo e il terzo classificato accederanno alla fase finale delle Olimpiadi della Pizza.



“Stiamo ricevendo richieste da tutto il mondo - sottolinea Antonio Pace, Presidente dell'Associazione Verace Pizza Napoletana - ed è sempre bellissimo constatare la passione per questo formidabile simbolo del made in Italy che accomuna persone di tradizioni e culture diverse come poche altre cose al mondo. E la voglia di cimentarsi nella gara ha catturato non solo chi è dell'arte bianca ha fatto un mestiere, ma anche chi la pizza la fa per piacere e divertimento”.

www.pizzanapoletana.org - olimpiadi.pizzanapoletana.org

Professional DISH Order

Ricevi gli ordini online per l'asporto e la consegna a domicilio senza commissioni

49,00 € + IVA
costo mensile*

* Costo di attivazione una tantum di 199,00€ + IVA. La trattenuta sulle operazioni per l'elaborazione dei pagamenti online degli ordini del cliente è dell'1,89% sul fatturato lordo.

- ✓ Aggiorna il tuo menu online in qualsiasi momento in modo rapido e semplice
- ✓ Puoi collegarlo al tuo sito internet esistente oppure ne crei uno nuovo con DISH Starter incluso nel prezzo



Per iniziare: attiva il sistema online, ricevi la stampante wifi via posta e chiama il call center per iniziare a ricevere gli ordini!

Hai delle domande? Noi abbiamo le risposte.

+39 02 5171 6969 +49 211 38768105 support-ita@dish.co

dal lunedì al venerdì dalle 9.00 alle 22.00



Scopri tutte le soluzioni DISH per digitalizzare la tua attività. **Senza vincoli e disdici quando vuoi!**

	DISH STARTER Crea il tuo sito internet	DISH RESERVATION Sistema di prenotazione tavoli da Google senza commissioni	DISH ORDER Sistema per ricevere ordini online senza commissioni	DISH PREMIUM Tutto in un'unica soluzione!
	0 € costo mensile*	24,70 € + IVA costo mensile**	49,00 € + IVA costo mensile***	69,00 € + IVA costo mensile****
SITO INTERNET	✓	✓	✓	✓
PRENOTAZIONI ONLINE	X	✓	X	✓
ORDINI ONLINE	X	X	✓	✓
ASSISTENZA	✓	✓	✓	✓

*Costo di attivazione una tantum di 59,00€ + IVA **Costo di attivazione una tantum di 39,00€ + IVA ***Costo di attivazione una tantum di 199,00€ + IVA. ****Costo di attivazione una tantum di 179,00€ + IVA. Per DISH Order e DISH Premium la trattenuta sulle operazioni per l'elaborazione dei pagamenti online degli ordini del cliente è dell'1,89% sul fatturato lordo

a cura della redazione

prima ² pagina

Molini Lario: farine di grano di sola provenienza europea

Sno ormai anni che le farine Molini Lario sono ottenute esclusivamente da grano proveniente al 100% dalla Comunità Europea.

La scelta strategica di voler caratterizzare le proprie farine con grani di sola provenienza comunitaria si è rivelata ancora più importante nel momento storico che stiamo attraversando. Questa scelta ripaga gli sforzi profusi in anni di lavoro da parte del settore Ricerca e Sviluppo interno a Molini Lario, sia sul fronte della selezione varietale, sia su quello dell'affinamento delle miscele delle farine dedicate agli artigiani del settore bakery. Alessandro Proverbio, Direttore Generale di Molini Lario, dichiara: "Negli anni, forse anche inconsciamente, gli utilizzatori professionali si sono trovati ad impiegare farine con caratteristiche differenti, proprio perché l'agricoltore si è trovato gioco-forza a puntare di più sulla resa in campo piuttosto che sulla qualità dei grani.

In questi anni abbiamo lavorato oculatamente al fine di poter far convivere queste due facce della stessa medaglia: per l'agricoltore e lo stoccatore la resa in campo è strategica.

Riteniamo quindi ci possa essere solo una strada da percorrere per apportare un contributo significativo a tutta la filiera: intercettare le caratteristiche principali in continua evoluzione dei grani, conoscerle, valutarne l'impatto nelle farine e far la miglior promozione delle tecniche di panificazione che con loro ben si sposano. E' un percorso lungo, per certo, ma è un percorso premiante".

E con orgoglio aggiunge: "Accademia Farina è il nostro strumento imprescindibile per promuovere questo percorso.

Dal 2015, anno della sua fondazione, Accademia Farina di Molini Lario, è diventato Centro di Ricerca e Sviluppo, ma anche punto di incontro e formazione per gli artigiani del mondo Bakery così come per i clienti industriali. Riteniamo infatti sia indispensabile creare una fitta rete di scambi formativi per poter promuovere le corrette tecniche di panificazione imprescindibili per la realizzazione di un prodotto d'eccellenza."



Un risparmio del 20% dei consumi di energia è possibile... Punto vendita virtuoso grazie ai sistemi di cassa smart di RCH



RCH, punto di riferimento internazionale nella produzione di registratori di cassa *smart* per gli esercizi commerciali, ha fatto della sostenibilità una chiave di sviluppo delle proprie soluzioni, individuando nello smart building, nell'efficientamento energetico e in una partnership con JARVIS, tra le più note piattaforme di IOT (*Internet of Things*) in Italia, un fattore critico di successo nell'ambito del risparmio energetico e della lotta allo spreco. I sistemi *smart* di RCH infatti, grazie al collegamento a JARVIS, possono tenere sotto controllo una serie di attività del punto vendita: si tratta di uno specifico Jarvis Kit per il monitoraggio e controllo delle temperature dei frigoriferi che, oltre ad una corretta gestione dei consumi energetici, garantisce l'ottimale conservazione delle derrate alimentari in essi contenute. Il sistema riconosce quando la temperatura dei frigoriferi esce dal *range* preimpostato e quindi invia un *alert* all'operatore, consentendo così interventi tempestivi per evitare che gli alimenti o i prodotti conservati nei frigo possano deperire, divenendo inutilizzabili e dunque da avviare a smaltimento. Una corretta gestione dei frigoriferi consente anche di rispettare al meglio gli obblighi di legge, come per esempio gli adempimenti previsti dalla normativa HACCP nel settore alimentare, a garanzia della salubrità degli alimenti, evitando così pericolose contaminazioni batteriche dovute a sbalzi di temperatura o altri disservizi.

"In un esercizio medio di 100 mq, utilizzando i sistemi di smart building ed efficientamento di JARVIS collegati alla nostra cassa, l'utente può avere un risparmio quantificato tra il 5% ed il 35% per quanto riguarda i consumi di energia, riscaldamento, condizionamento, mentre le emissioni di CO2 possono diminuire anche fino al 40%. Lavorando sui frigoriferi poi si aggiunge anche il tema della conservazione dei prodotti. Facendo in modo che vengano utilizzati correttamente si evitano inutili sprechi oltre ai costi aggiuntivi (economici e ambientali) necessari allo smaltimento di prodotti non più utilizzabili per lo scopo per il quale erano stati prodotti", commenta Nicola Cassoli, Direttore Commerciale e Marketing CSO CMO RCH S.p.A.



[ricetta originale x *senza* **olio**] + sostenibilità
= *Sì con Gusto*



NOVA, semplici soluzioni

NOVA FUNGHI SRL

Via Roma, 4 35010 S. Giorgio delle Pertiche (PD) Italy

a cura della redazione

L'offerta Cattel si allarga con Violife e le sue alternative al formaggio 100% vegane

Cattel SpA, leader nella distribuzione di prodotti food e non food di qualità controllata e garantita nel mondo Ho.Re.Ca., amplia il suo già vastissimo assortimento per soddisfare le esigenze di chi, per scelta o per motivi di salute, segue una dieta priva di latticini.

Sempre consapevole delle ultime tendenze e al passo con i tempi, con i prodotti Violife Cattel riesce a rendere vari e gustosi anche i pasti di chi, per coerenza con il proprio desiderio di vivere in armonia con l'ambiente e gli animali o perché affetto da allergie o altri problemi di salute, finirebbe per rinunciare a varietà e sapore. Qualunque sia il motivo che spinge i clienti a cercare un'alternativa vegetale al formaggio, la proposta di Violife consentirà loro di non vivere la propria scelta come una rinuncia. La linea infatti è decisamente articolata e include soluzioni 100% vegane, prive di latticini, lattosio, OGM, glutine, frutta a guscio, soia, conservanti e colesterolo: offre tutte le opzioni possibili, realizzate con olio di cocco e arricchite con vitamina B12: Cheddar, Feta, Gouda, Mozzarella, Affumicato.

Con l'inserimento di queste nuove referenze, la già ampia offerta di Cattel - che include oltre 7000 codici prodotto - si arricchisce ancor più di salute, di gusto e di tante alternative per sbizzarrirsi e sperimentare in cucina, e soddisfare così tutti i clienti, siano essi vegetariani, vegani o semplicemente onnivori curiosi.



Scrocchiarella, un viaggio nel gusto della tradizione gastronomica italiana

Durante l'edizione appena conclusa di Cibus a Parma, nella città che più di tutte esprime l'espressione del patrimonio gastronomico italiano e che è valso dal 2015 il titolo di "Parma City of Gastronomy", AB MAURI ITALY ha portato SCROCCHIARELLA, e con essa il format "Le Preferite", massima espressione del connubio tra la parte più innovativa del bakery e tutto ciò che di meglio offre il territorio in termini di produzioni DOP, IGP e tipiche dell'Italia uniche in tutto il mondo, con 4 pizza chef chiamati ad interpretare le ricette di 4 diversi territori dell'Italia: Clara per l'Emilia Romagna, Sara per la Lombardia, Marco per la Puglia e Michele per la Basilicata.

Chi in modo più conservativo, chi in modo più innovativo, ognuno ha elaborato una ricetta con Scrocchiarella nel formato e sfarinato di sua preferenza e i prodotti tipici del suo territorio.

Nata fin dall'inizio per agevolare il lavoro dell'operatore che desidera produrre pizza in pala, la miscela Scrocchiarella con lievito naturale madre ha determinato un cambio di passo nella preparazione degli impasti e nell'organizzazione del lavoro e la garanzia di ottenere sempre un prodotto continuativo dal punto di vista della qualità, della texture e del gusto.

Dal successo dell'omonima miscela sono nate le basi frozen Scrocchiarella, preparate con lievito madre e gli stessi ingredienti di altissima qualità utilizzati per l'impasto tradizionale. Alla miscela vengono aggiunti olio extravergine di oliva 100% italiano t.o.p. (tracciabilità origine prodotto), di Coppini Arte Olearia di Parma e PreSal, sale marino italiano, con iodio protetto, che resiste alla cottura.

Happiness is...



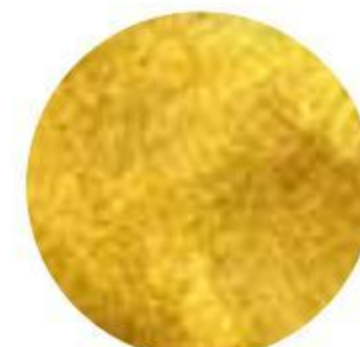
EN100 OVEN

YOUR TAILOR MADE OVEN.

1. Cover in various colors and finishes



FLAT
COLORS



METAL
SHADES



MOSAIC
TILES

2. Natural stone-made rotating tray
3. Low power consumption for more than 100 pizzas/HR
4. Many spaces for your customized logo



Pastaline è un brand by VELMA srl

Via Triestina 80|30173 FAVARO VENETO|VE|ITALIA

Tel. +39.041.630450 +39.041.630424 Fax +39.041.5019434

info@pastaline.eu - www.pastaline.eu

WE WAIT YOU AT

gulfhost
A Gulf Food Hospitality Equipment and Food Service Expo

08/10 NOVEMBER 2022

a cura della redazione



Napoli, torna il Pizza Village

Napoli è pronta a celebrare la decima edizione del Pizza Village, in programma dal 17 al 26 giugno, sul lungomare partenopeo. La manifestazione, che celebra di fatto il risveglio sociale e la ripresa della vita cittadina, segna la ripartenza dei grandi eventi in città grazie alla comunione di intenti immediatamente condivisa tra gli organizzatori, l'amministrazione del sindaco Gaetano Manfredi e la Regione Campania.

Rinnovata la formula dei 10 giorni della kermesse, con le sue pizzerie in batteria pronte ad accogliere i top player tra i maestri pizzaioli, l'area "Pizza Tales - Racconti di pizza" riservata agli incontri tematici di enogastronomia con numerosi ospiti e personaggi vip che si confronteranno e sperimenteranno le future evoluzioni del settore e, ovviamente, del Campionato Mondiale del Pizzaiuolo, alla sua decima edizione.

Il palco del Caputo Pizza Village sarà sempre più la "piazza d'incontro" del villaggio, con la programmazione musicale e gli ospiti della radio RTL 102.5 che si avvarrà dell'esperienza e della grande conoscenza della città del noto conduttore Gianni Simioli. La radio trasmetterà dagli spazi dell'evento in diretta radio televisiva per circa 14 ore al giorno, seguendo minuto dopo minuto il Caputo Pizza Village, cogliendone le sue molteplici sfumature, ma anche passando attraverso il racconto della città e delle sue magnificenze.

Se da un lato il decennale del Caputo Pizza Village Napoli segna un traguardo temporale, per gli organizzatori l'edizione di quest'anno è il punto di partenza di una nuova mission. La manifestazione assumerà sempre più, pur non abbandonando la matrice nazional popolare, occasione di promozione delle radici culturali del capoluogo partenopeo, della regione e dei suoi maggiori interpreti.



Brazzale ha presentato a Cibus un'assoluta novità: la Pizza con il Burro nell'impasto.

Cibus di Parma è stato il teatro della presentazione di un'assoluta novità: la pizza con burro nell'impasto. È un sodalizio inaspettato nato dall'incontro tra Brazzale, la più antica azienda lattiero-casearia d'Italia di Zanè (Vicenza), e Ciccio Vitiello, giovane pizzaiolo gourmet casertano, già "Migliore Giovane Pizzaiolo d'Italia e del Mondo" secondo 50 Top Pizza nel 2017, accomunati entrambi da un approccio libero e anticonvenzionale.

È nato così un autentico matrimonio del gusto che unisce la pizza al Burro Superiore Fratelli Brazzale.

Questa pizza creativa, realizzata da Ciccio Vitiello, che a Casa Vitiello, a Caserta, ha fatto della diversificazione degli impasti il suo marchio di fabbrica, prevede un 30% di Burro Superiore Fratelli Brazzale nell'impasto, che rende la pizza morbida all'interno e leggerissima, con una crosta esterna delicatamente croccante.

Ad arricchire questa pizza un topping goloso di Gran Moravia, un altro prodotto di punta di Brazzale, un formaggio a pasta dura stagionato, che compie i suoi primi 20 anni.

Ciccio Vitiello ha guarnito questa sua speciale pizza gourmet a base burro con ben quattro varianti e consistenze di Gran Moravia: grattugiato, in cialda, a scaglie e in fonduta.

A completare l'opera, a fine cottura, qualche tocco di confettura di pomodoro San Marzano dal colore rosso intenso e dall'inconfondibile nota agrodolce, altra eccellenza italiana, immancabile sulla pizza.



Fabbrica Italiana dal 1986

FORATA È GI.METAL



INNOVAZIONE, RIVOLUZIONE, EVOLUZIONE

Gi.Metal produce **INNOVAZIONE** da più di 35 anni:

Novità funzionali e di stile dalla sua nascita, nel 1986.

RIVOLUZIONE nel 1998 con l'invenzione della pala forata, imitata in tutto il mondo,

Progresso oggi con la nuova linea **EVOLUZIONE**, realizzata per chi non si accontenta mai.

Oltre 35 anni di storia... perché la perfezione non si improvvisa.

SCOPRI DI PIÙ



gimetal.it



a cura della redazione

MartinoRossi
a Cibus 2022



**ha presentato tutte le novità
all'insegna di innovazione,
qualità e gusto**

MartinoRossi ha portato a Cibus 2022 importanti novità: dalla linea MartinoRossi Professional per il canale Food Service all'ingresso nella GDO con il mix plant-based alternativo alla carne a marchio Beamy.

L'azienda italiana, specializzata fin dagli anni '50 nella produzione di ingredienti e prodotti funzionali da cereali e legumi senza glutine, senza allergeni, senza OGM e da filiera controllata 100% italiana, ha presentato alla vetrina di Cibus 2022 un assortimento del proprio catalogo e una serie di interessanti novità in evidenza: il rinnovamento della propria linea dedicata ai professionisti del Food Service, ora raggruppata sotto il brand MartinoRossi Professional, e il debutto ufficiale del nuovo brand Beamy, il primo di MartinoRossi rivolto al canale GDO.

MartinoRossi, inoltre, ha scelto di condividere il proprio spazio espositivo per dare visibilità a due aziende giovani ed emergenti cui offre supporto: Mais Corvino Srl, che propone specialties a base di mais nero (Mais Corvino) destinate ai canali Ho.Re.Ca. e Specializzato, e Italian Snack Food Srl, che con il marchio Mr. Beans presenta un'innovativa linea di snack a base di farine di legumi da filiera 100% italiana rivolta al canale GDO, vending e fuori casa.

MartinoRossi Professional

La linea di ingredienti e semilavorati clean label MartinoRossi Professional rispecchia, declinandoli nelle referenze e nei formati più adatti alle esigenze dei professionisti del Food Service, la filosofia e i valori aziendali di MartinoRossi. In un ambito in cui l'attenzione alla sicurezza alimentare è preminente, le farine di legumi, le granelle selezionate, le farine per polenta, i mix per panificati gluten free e i mix a base vegetale per la creazione di prodotti alternativi alla carne, a marchio MartinoRossi Professional, rappresentano una risorsa preziosa, versatile e pronta all'uso per specialità nutrienti, originali e di qualità premium.

Anche Molino

Cosma ha celebrato

la 30esima Giornata

Mondiale per la biodiversità.

Dalla filiera certificata

alle ultime entrate:

le farine "Le Sostenibili"

Anche Molino Cosma ha partecipato lo scorso 22 maggio alla celebrazione della 30esima Giornata Internazionale della Biodiversità proclamata dalle Nazioni Unite per commemorare l'adozione del testo della Convenzione per la Diversità Biologica firmata nel 1992. Questa giornata è nata con il preciso scopo di aumentare la comprensione e la consapevolezza dei problemi della biodiversità, oltre che per commemorare l'adozione del testo della Convention on Biological Diversity (CBD) adottata a Nairobi, Kenya, il 22 maggio 1992 e firmata a Rio de Janeiro il 5 giugno 1992 da 196 Paesi con obiettivo generale di incoraggiare azioni che portino ad un futuro sempre più sostenibile. Piero e Marta Cosma, convinti sostenitori delle problematiche legate alla biodiversità, hanno portato la loro azienda verso una filiera del grano tenero 100% sostenibile, non solo come leva competitiva e salvaguardia dell'ecosistema, ma anche volendo puntare al benessere del consumatore. Molino Cosma grazie alla scelta di grani provenienti da terreni distanti da fonti di inquinamento e coltivati senza l'impiego di sostanze dannose per il terreno e per l'uomo rispetta così le risorse naturali: grani teneri coltivati con grande dedizione e senso di responsabilità che a oggi hanno permesso all'azienda di presentarsi al mercato veneto e nazionale con la linea "Le Sostenibili" nelle quattro varianti "Tipo 00", "Tipo Forte", "Tipo 1" e "Tipo 2". Una produzione certificata Carbon Footprint nel pieno rispetto del disciplinare DTP 112 di CSQA con una emissione di CO2 ridotta al minimo consentito.

Grazie poi al loro packaging totalmente eco-sostenibile, ottenuto da materie prime compostabili al 100% il sacchetto della farina può essere gettato direttamente nell'umido per diventare compost per la produzione di energia.





la TORRENTE

il buon pomodoro italiano

*Pomodorini del piennolo
caldi di passione*



Sarà un anno da leccarsi i baffi. C'è una ghiotta novità che darà più sapore al nuovo anno, un calendario che porterà la giusta nota di colore. Tante idee da assaporare ogni mese con i nostri dodici "Artisti della pizza". Giugno è stato dedicato al nostro caro pizzaiolo Maurizio Iannicelli che con la sua specialità "La Pizza del vesuvio" ha lasciato tutti a bocca aperta.

scopri di più



Servizio Clienti
800 944 149

www.latorrente.com - info@latorrente.it



Ristorazione
domani

I MAESTRI DELLA NUOVA CUCINA ITALIANA

di Giampiero Rorato

Ancora attualissimi, anche se, purtroppo, poco studiati

Mentre ancora imperava nel mondo la cucina fusion, in Italia, come abbiamo visto lo scorso mese, alcuni cuochi – fra cui Angelo Paracucchi, Gianni Cosetti, Alfonso Iaccarino – davano vita a una cucina “italiana”, di alto e altissimo livello, tanto da attirare l’attenzione e il plauso dei più attenti e severi gourmet internazionali. Questi cuochi – e in questo articolo ne presento altri, importantissimi – sono i veri grandi maestri della nuova cucina

italiana, come, per alcuni aspetti, Gualtiero Marchesi, un maestro i cui allievi sono diventati punti di riferimento per tanti giovani cuochi d’oggi. Se da un po’ di tempo la cucina italiana è considerata ai vertici della cucina internazionale è proprio per merito di questi “maestri”. Ce ne sono altri, è vero, ma qui ci interessa far capire ai nostri lettori come la cucina italiana, da contadina qual era fino agli anni ’70 del secolo scorso, abbia potuto raggiungere vertici di altissima qualità.

Cucina italiana e cucina francese

Non dimentico certo che esiste una cucina francese di altissimo livello, con locali storici affascinanti, come la Tout d’Argent a Parigi – l’ho conosciuta ai tempi di Claude Terrail o il Ristorante Paul Bocuse, a Collonges-au-Mont-d’Or, conosciuto nel mondo; ma è anche vero che la “grande cucina francese” la si trova in un non grande numero di celebri ristoranti, mentre la maggior parte di ristoranti e trattorie francesi sono di media qualità, e non sempre. In Italia, al contrario, la cucina di buona e buonissima qualità la si trova ben diffusa sul territorio, anche se non dotata di stelle o alti riconoscimenti. E la cucina eccellente è in continua crescita, come dimostra l’esempio di Venezia che, in rapporto al numero di abitanti, è la città con più stelle Michelin rispetto alle altre città del pianeta.



Ristorazione
domani



Nadia Santini

Ecco una splendida e bravissima maestra di cucina. Inizia nel 1974 quando da Milano, dov'era all'Università, va a **Runate di Canneto sull'Oglio** diventando la moglie di **Antonio Santini**, nell'osteria "**Dal Pescatore**". Dapprima lavora in cucina con la nonna di suo marito, Teresa Mazzi che aveva aperto l'osteria con cucina nel 1923, il cui figlio Giovanni, che faceva il pescatore sull'Oglio, diede il nome al locale, poi con la mamma di Antonio, la signora Bruna, gran maestra di tortellini mantovani e non solo, La giovane sposa portò a Runate aria nuova senza mai trascurare i piatti già presenti, valorizzò i prodotti del territorio, ricostruì le ricette storiche del posto, accumulando via via stelle Michelin, nel 1998 la terza, tuttora conservata con grande merito. Nadia

Santini ha dimostrato che le donne in cucina - penso anche a Valeria Piccini, a Montemerano, in Maremma - se lasciate libere di esprimersi, sono spesso più brave degli uomini e se Nadia Santini è stata ammirata anche da Paul Bocuse, che ha adottato il suo celebre risotto, un motivo c'è, e validissimo. Nadia Santini è considerata una delle più brave cuoche internazionali, restando legata ai prodotti del territorio e della tradizione che ha saputo valorizzare nei suoi piatti d'altissima qualità. Per questo è considerata una delle vere grandi maestre della nuova cucina italiana.

Fulvio Pierangelini

Romano di nascita, si laurea in Scienze Politiche e poi, nel 1980, apre con la moglie un suo ristorante a **San Vincenzo**, a pochi metri del mar Tirreno, in provincia di Livorno. Lo chiama **Il Gambero Rosso** che diventa in poco tempo uno dei più interessanti puti di riferimento della cucina italiana. Si pensa che Il Gambero Rosso, con Fulvio in cucina, sia stato allora il miglior ristorante italiano, soprattutto per la creatività del personaggio che attingendo ai prodotti del territorio, di mare e di terra, seppe realizzare piatti di straordinaria bontà, ciascuno dei quali era un concentrato di saperi e di sapori. Ricordo i ravioli di aringa in zuppa di burrata, le capesante ripiene di

mortadella, il viaggio intorno alla gallina livornese, il petto di piccione, il minestrone asciutto di tonno, la riscoperta della palamita, le rape rosse con gelato alla liquirizia. Ma il più famoso, imitato in ogni angolo d'Italia è stato la Passatina di ceci. Piatti semplici, ma sublimi che hanno insegnato a molti giovani cuochi della fine del secolo scorso, ad attingere ai prodotti normali del territorio e della tradizione e accostarli in modo nuovo, anche azzardato, ottenendo risultati gastronomici di assoluto rilievo.





**Brimi Senza Lattosio.
100% Latte Alto Adige.**



Novità

Tutta la ricchezza del latte 100% Alto Adige senza però il lattosio.
Da oggi, anche nel nuovo formato Julienne 1000g ideale per pizza e ricette da forno.
Lo riconoscerete dal viola, il nuovo colore che veste il prodotto con invitante freschezza.



Igles Corelli

La storia di questa colonna della ristorazione italiana ha inizio alla fine degli anni '70 del secolo scorso nel mitico ristorante **Il Trigabolo di Argenta**, in provincia di Ferrara, dove per 14 anni guida la brigata di cucina, che ha poi prodotto molti chef di successo, fra cui Bruno Barbieri, e conquista **due stelle Michelin**, collocando il Trigabolo tra i primi ristoranti d'Italia del periodo e contribuendo all'avanzamento della cucina italiana con piatti considerati oggi storici. Ho conosciuto Igles Corelli sul finire degli anni '90 a **Ostellato** (Ferrara), alla **Locanda della Tamerice**, restando affascinato da una cucina molto personale che ha trasmesso a tanti suoi allievi, che da lui hanno imparato il valore artistico e culturale di un'arte che allora non era ancora riconosciuta come tale. I meriti di Corelli sono tanti; è stato uno dei primi a far

tesoro in cucina delle materie prime considerate povere, totalmente trascurate dalla cosiddetta alta cucina, senza buttar via nulla ed ha sempre amato gli ingredienti del suo territorio, fatto di laguna, nebbie, profumi salmastri. Dalla folaga all'anguilla, dalle erbe selvatiche al pesce azzurro. Soprattutto, grande cacciagione. Corelli è da sempre uno dei più straordinari cuochi di selvaggina, e le sue preparazioni hanno fatto scuola. Legato al territorio, maestro di cucina circolare, sperimentatore sapiente, Corelli è ancor oggi un maestro cui la cucina italiana deve davvero molto.

Il futuro

Era prematuro negli anni '90 del secolo scorso, ipotizzare il futuro. Perché proprio in quegli anni trovava ampio spazio la discussione attorno ad una nuova cucina, che non badava né al territorio né alla tradizione. Era la **cucina molecolare** di cui scriveremo il prossimo mese.



CARUSO®

IL FORNO PER LA MIGLIOR COTTURA
DELLA VERA PIZZA NAPOLETANA



Design: Lorenzo Remedi



SORRENTO STONE
Piano di cottura
in biscotto di
Sorrento certificato.



REFRACTORY STRONGER
Camera di cottura in
refrattario e pannelli
in acciaio antirottura.



TOUCH SCREEN 65K
Funzionalità
e semplicità
in un touch.



HYPER P-HEATING
Regolazione digitale
separata potenza
cielo e piano cottura.

INDUSTRIA 4.0
RISPARMI FINO AL

64%

Caruso® è il primo **forno elettrico** che offre le medesime performance del tradizionale forno a legna, con una **temperatura massima di 530°C**. I migliori materiali e componenti garantiscono solidità e resistenza alle alte temperature, **massime prestazioni** con **consumi minimi**. Cuocere la pizza napoletana non è mai stato così semplice.



Italforni Pesaro s.r.l.

Via dell'Industria, 130 - Loc. Chiusa di Ginestreto
61122 Pesaro (PU) Italia - Tel +39 0721 481515
info@italforni.it - www.italforni.it


ITALFORNI

DIGITAL BOOM!



I numeri del mercato del food delivery tramite app in Italia

a cura della redazione



Alcuni professionisti della ristorazione ritengono che il mercato del digital food delivery (ossia quello di ordinare cibo a domicilio tramite una app e non attraverso una telefonata) sia un trend passeggero, nato come risposta di sopravvivenza del settore durante il lockdown imposto dall'emergenza pandemica del 2020. Nulla di più sbagliato.

A smentire questo falso mito sono i dati: nel 2018 poco più di un Italiano su 10 sceglieva di ordinare tramite app mentre l'anno successivo questo segmento rappresentava ben il 18% del mercato

e la crescita tra 2019 e 2020 è stata in realtà di soli due punti percentuali.

A rivelarlo sono i dati dell'ultimo Osservatorio nazionale costruito da JustEat e pubblicato a fine 2020. Perché questo dovrebbe interessarci? La risposta è semplice: perché questo significa che, indipendentemente dalle emergenze, le persone hanno iniziato a cercare l'esclusiva intermediazione dello smartphone per i propri ordini, ritenendo meno attrattiva la telefonata alla pizzeria sotto casa.

+20%
crescita food delivery
dal 2018 al 2020

I motivi possono essere tanti: sull'app il tuo ordine è tracciato, sai a che ora arriverà (con uno sfasamento massimo di un tempo variabile a seconda delle richieste), l'indirizzo di consegna lo inserisci tu ed è geolocalizzato e soprattutto sei tu stesso a vedere con i tuoi occhi quale pizza o piatto hai scelto, non avendo il dubbio (protratto spesso fino alla consegna) che la persona alla cassa, tra un conto e una fattura, abbia recepito male la tua comanda.

Ma chi sono i clienti del digital food delivery e dove vivono?



Inutile dire che tra i prodotti più richiesti vi sia la pizza, seguita da hamburger e sushi: i panini nel 2020 erano solo al settimo posto ma stavano già ampiamente crescendo le poke. Secondo BVA Doxa, i profili di chi ordina online sono essenzialmente quello della donna impegnata e della "smart family" (sempre connessa o "distante", per cui il cibo è un modo per stare insieme) ma un posto di riguardo merita anche il ragazzo che ama organizzare feste in casa. Perché si ordina online?

Stando ai dati JustEat del 2020, per il 55% si tratta di Millennials e di Generazione Z (ovvero persone nate tra la fine degli anni '90 e i primi dieci anni del terzo millennio). Le città in cui si ordina di più sono invece quelle dell'Emilia Romagna (soprattutto Rimini) e della Lombardia, con un'eccezione per una sola città del Centro-Sud (al terzo posto): Taranto.



56%
in cerca di relax

39%
con la famiglia

30%
con il partner



Nel 56% dei casi perché si è stanchi mentalmente e si cerca relax e si sceglie cibo a domicilio soprattutto quando si è in compagnia della famiglia (39% dei casi) o del partner (30%). Pochi sono quelli che ordinano cibo quando sono tristi: poco più di un Italiano su 5.

Interessante è poi vedere quali cucine siano cresciute e dove: a Firenze per esempio tra il 2019 e il 2020 la richiesta di gelato è aumentata di sei volte rispetto all'anno precedente, a Padova di quattro; a Rimini una crescita del 220% ha interessato la piadina mentre a Napoli è cresciuta del 150% la richiesta di poke. Contrariamente a quanto si possa pensare, poi, al Sud si richiede più hamburger che pizza mentre al Nord ovviamente sushi e poke la fanno da padrona. È solo sul totale delle ordinazioni che la pizza però vince di misura. Un'ultima curiosità prima di lasciarvi al resto del giornale: sapete quanto vale il mercato del digital food delivery in Italia? Secondo il sito foodaffairs.it, ha movimentato nel 2021 1,5 miliardi di euro, con una crescita del 59% rispetto all'anno precedente. E sapete quanti locali hanno scelto lo scorso anno di affidarsi al digital food delivery? Il 50% in più rispetto al 2020. Non vi resta dunque che girare pagina e iniziare con noi questo viaggio

alla scoperta di storie, tecniche, strategie e azioni di marketing per affrontare la giungla di questo segmento di mercato solo apparentemente semplice.

1.5
miliardi
nel 2021



L'APP UFFICIALE DELLA RIVISTA

Pizza e Pasta Italiana

1
SFOGLIA LA
RIVISTA IN
MODALITÀ
SINGOLA
PAGINA

2
SCOPRI I
CONTENUTI
MULTIMEDIALI

3
RIMANI
AGGIORNATO
Scaricala subito!



La App ufficiale della rivista propone un modo evoluto di interagire con i contenuti accedendo dove consentito, attraverso una semplice rotazione, a contenuti multimediali sempre nuovi come video, gallery, schede tecniche e molto altro

La tua rivista preferita da 33 anni.
Sempre a portata di mano!



DALLA FARINA ALLA PINSA, SOLO 72 ORE DI ATTESA!



CON IL NUOVO MIX FARINA MULTICEREALI
E UNA LENTA LIEVITAZIONE NATURALE DI 72 ORE
NASCE LA BASE PER CREARE LA TUA
PINZA ROMANA MULTICEREALI.



Tutte le nostre Pinse, dopo una rapida precottura, vengono abbattute (surgelate)
per conservare integralmente il gusto e la freschezza e sono realizzate con pasta madre,
senza aggiunta di conservanti o additivi.

FOOD DELIVERY

in Italia:

l'identikit
dei big
players

a cura della redazione

Negli ultimi anni abbiamo vissuto un mondo di grandissime trasformazioni nell'approccio alla clientela: pensiamo a quanto siano cambiati i tempi dai primi sms pubblicitari della fine degli anni '90 al mondo iperconnesso di oggi.

Quando però si parla di consegna di cibo a domicilio le cose non sono così facili come sembrano. I maggiori player di mercato, quelli che coprono una buona parte del territorio restano attualmente quattro: Glovo, Justeat, Deliveroo, UberEats che vantano milioni di utenti iscritti ai quali seguono altre realtà più regionalizzate in alcuni casi orgogliosamente italiane come **Alfonsino, MyMenu, Foodys, Eat in Time, Moovenda** ed altre localizzate su due o tre provincie come ad esempio **Domo Delivery**.

Le differenze sono ovviamente da riscontrare nella quantità e qualità di servizi offerti, città coperte, nell'incidenza dei costi di affiliazione, nel servizio offerto, nell'infrastruttura IT messa a disposizione e soprattutto dalla qualità e quantità di campagne di advertising alle quali si intende accedere.

Questa non è una classifica ed i servizi e numeri citati di seguito non vogliono in alcun modo esprimere un giudizio, ma rappresentare una realtà cristallizzata ad oggi che, tra qualche mese, sarebbe comunque da aggiornare per quantità di modifiche che interverranno a livello di funzionalità e salto tecnologico.

Partendo dalle quattro realtà internazionali presenti sul territorio e sicuramente più ampie per diffusione, per copertura in Italia la più presente in questo momento è **Glovo**, che seppur non specializzata esclusivamente nella food delivery, resta l'azienda con la maggiore estensione territoriale d'Italia con quasi quattrocento città servite. Seguono **Deliveroo, UberEats e Justeat** che si fermano tra le due e le trecento città. Ovviamente si possono prenotare prodotti di vario tipo, con un'interfaccia semplice da navigare ed una buona varietà di scelta di cibo che resta ampia e soddisfacente per qualunque esigenza.

Vi si possono trovare molte partnership con grandi gruppi, uno su tutti Mc Donald's, quindi per il piccolo e medio ristoratore c'è sempre un po' di rischio di distrazione del cliente. Attraverso l'app di **Glovo** si può prenotare per consegna a domicilio e per asporto.



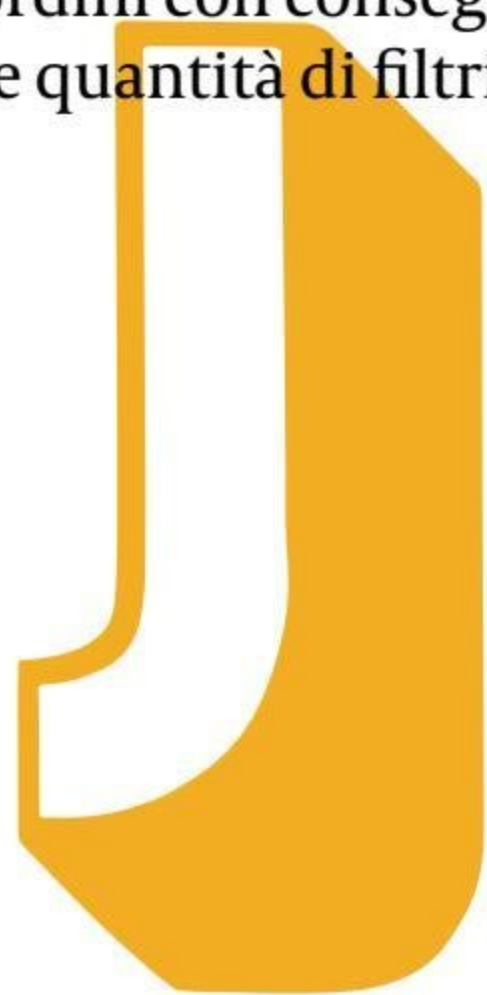


L'azienda più specializzata è sicuramente **Justeat**, approdata nel 2011 in Italia e particolarmente utilizzata dai più giovani. Ha una varietà di piatti e tipologie di ristorazione così ampia che sorprende: dal panino al salame al piatto elaborato di cucina regionale per finire con un dolce tipico. Ci si può trovare veramente qualunque proposta culinaria. L'app di **Justeat** offre solo la scelta per ordini con consegna a domicilio, ma ha la maggiore quantità di filtri disponibili per la scelta mirata.



Deliveroo è ben presente sul territorio italiano, copre poco meno di trecento comuni ed è focalizzata nella food delivery sia da ristorazione che da negozi specializzati. Offre un'ampia gamma di proposte, con particolare attenzione all'interfaccia app ed alla facilità di navigazione e filtro che rendono memorabile la user experience. Anche quest'azienda offre la scelta per consegna a domicilio o asporto all'atto dell'ordine.

UberEats è un servizio che in Italia era inizialmente disponibile solo a Milano, oggi copre 280 città e si presenta con una delle app con la migliore interfaccia per la navigazione e la scelta del cibo. La scelta non è così varia come nei casi precedenti, ma l'utente di Uber è di solito un utente attento e quindi la media dei ristoranti disponibili riflette in qualche modo questa inclinazione. L'app di Uber è la seconda per disponibilità di filtri e scelta, che la rendono tra le più e precise e veloci nell'individuazione del ristorante al quale commissionare il proprio ordine scegliendo tra consegna a domicilio e ritiro in negozio.





**DA 60 ANNI
LA MIGLIORE QUALITA'
PER LA PIZZERIA PROFESSIONALE**



SCOPRI DI PIU'
www.ceruttinox.it
info@ceruttinox.it



Merita un discorso a sé **Alfonsino** perché parliamo di una realtà fra le più giovani del mercato, fondata nel 2016 e prima azienda italiana di delivery a quotarsi in borsa a Milano nel 2021. Una corsa che si riflette anche sulla copertura nazionale in costante crescita, realizzata partendo dal sud Italia verso nord in un mercato maturo, ma lasciato in alcuni casi scoperto dalle multinazionali. Ottima la scelta di tipologie di cucina disponibili, così come l'interfaccia gradevole da utilizzare. **Alfonsino** ha cominciato a sperimentare servizio a domicilio anche oltre il food. Uno dei tratti distintivi è che tramite ordine dalla sua app su Alfonsino è disponibile anche il servizio di pagamento in contanti, cosa più unica che rara nel mondo della food delivery professionale.

Le piccole e medie aziende come, per esempio, **Moo-venda** sono molto ben radicate su un territorio ben definito (nella fattispecie principalmente a Roma), ma ovviamente stanno crescendo come tutto il mercato, seppur con una minore velocità. Si tratta di ottime app, spesso aggiornate ed avanguardistiche, ma un appeal diverso per quantità di utenti disponibili rispetto alle più presenti multinazionali.





LA FORZA DEL BUONO A DOMICILIO

PIZZA *Delivery*

SEMILAVORATO
DA USARE IN TAGLIO

Miscela di grano tenero e grano duro
da utilizzare in percentuale sulla farina.

PIZZA DELIVERY permette
di **migliorare gli impasti** tradizionali
e **la conservazione delle pizze** dopo la cottura,
senza modificare il proprio metodo di lavoro.

Il prodotto rimarrà fragrante e scioglievole
come appena sfornato, sia nel servizio
al tavolo, sia da asporto.



CHI HA PROVATO
PIZZA DELIVERY
DICE...

“ GIÀ AL TATTO
SI SENTE LA
DIFFERENZA ”

Stefano

CLIENTE

“ LA PIZZA ESCE
PIÙ CROCCANTE ”

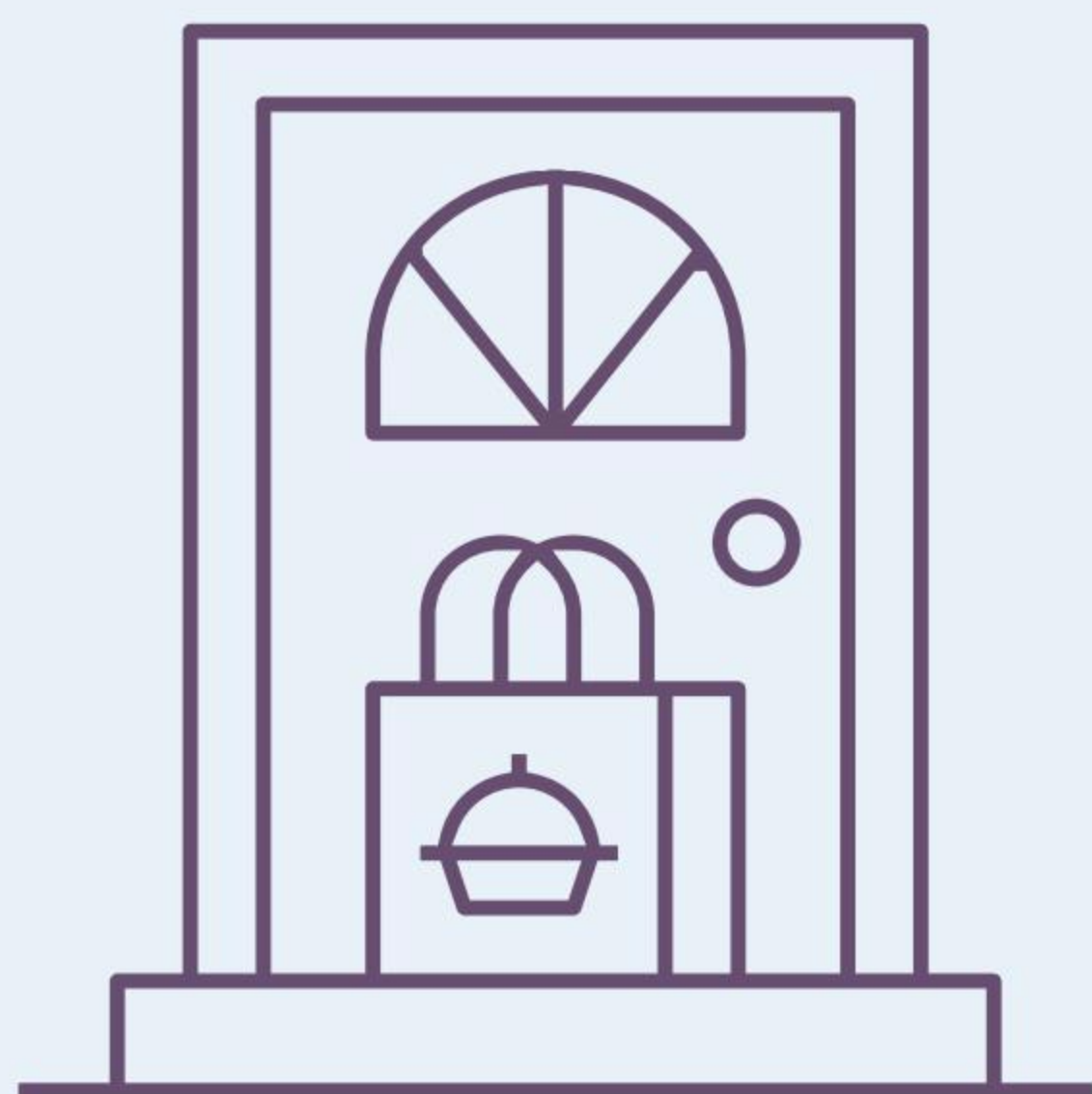
Giuseppe

PARTECIPANTE A UNA DEMO



PER SAPERNE DI PIÙ INQUADRA
IL QR CODE E VISITA IL SITO:
www.molinomagri.com

 **molinomagri**[®]
LA TUA FARINA DAL 1929 ITALY



Volete farvi scegliere tra decine di proposte su un'unica app? Ecco come fare.

di **Domenico Maria Jacobone**

L'infrastruttura informatica, l'esperienza e soprattutto la grande quantità di utenti delle multinazionali sono il massimo al quale puntare, oltre che una buona garanzia di sicurezza nei confronti dei rider che vengono gestiti da software (grazie ai famigerati algoritmi...) che in teoria dovrebbero garantire l'assegnazione dell'ordine del vostro cliente al miglior rider disponibile.

Lungi da me il voler giudicare un sistema di cui si è detto e scritto tanto (anche troppo); ricordiamoci sempre che i rider, siano essi di una piattaforma multinazionale o stretti collaboratori diretti del ristorante, sono persone e meritano un po' di umanità ed attenzione.

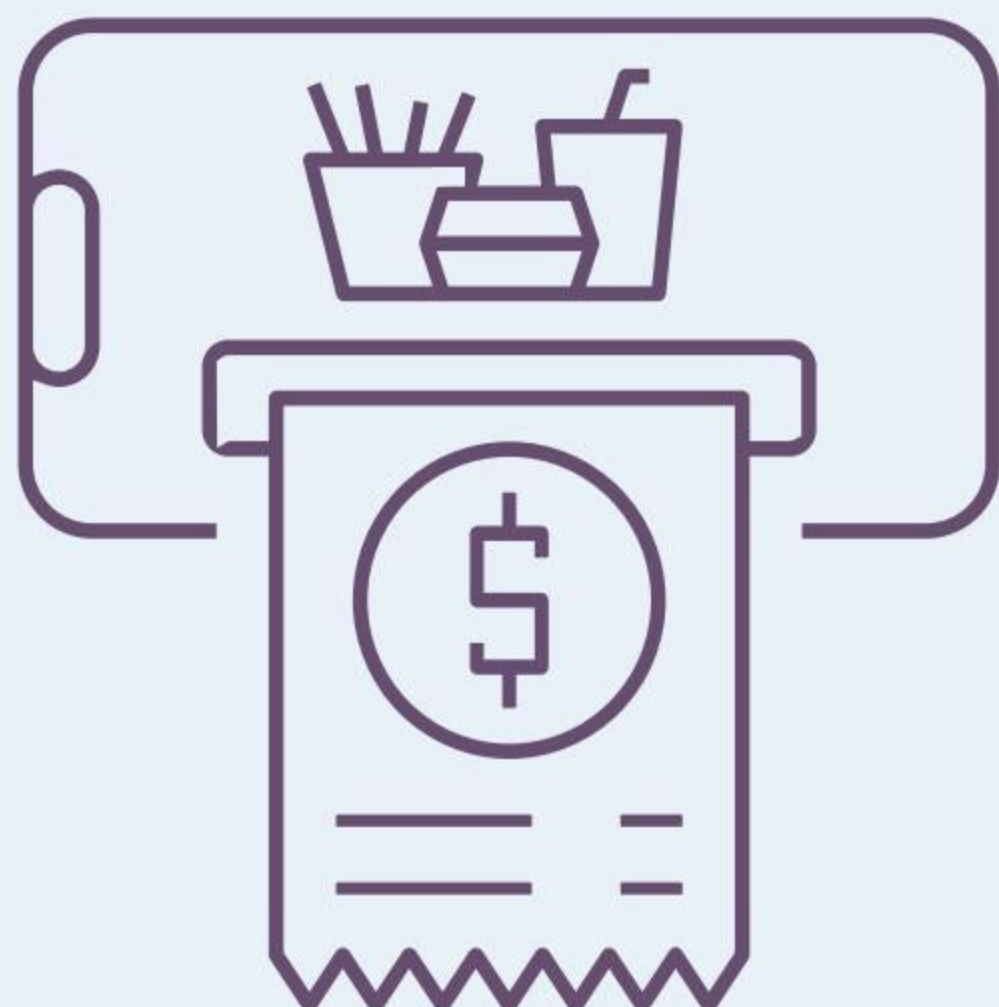


Le aziende più grandi - ovviamente - come Justeat, Deliveroo, Glovo, UberEats hanno un'infrastruttura in grado di assorbire e spalmare qualche "perdita" soprattutto sul prezzo della consegna a domicilio:

non si spiegherebbe altrimenti la forbice tra i 2-2,5€ delle multinazionali ed i 5-7€ di qualche operatore locale. Richiamo la vostra

attenzione sulla possibilità, al di là dell'app, di valorizzare i costi di consegna offrendo un servizio diretto e qualitativo che si distingua dalla massa.





Per il cliente non è tanto il cibo quanto la soglia psicologica del costo di servizio a creare qualche dubbio; quindi, attenzione a gestire il food cost ed il listino prezzi in modo da rientrare sempre in modo vincente (quindi remunerato) nella competizione con gli altri ristoranti.

La puntualità e la gestione del contatto con il cliente, nonché i dati di interfaccia sono un capitolo spinoso e nebuloso.

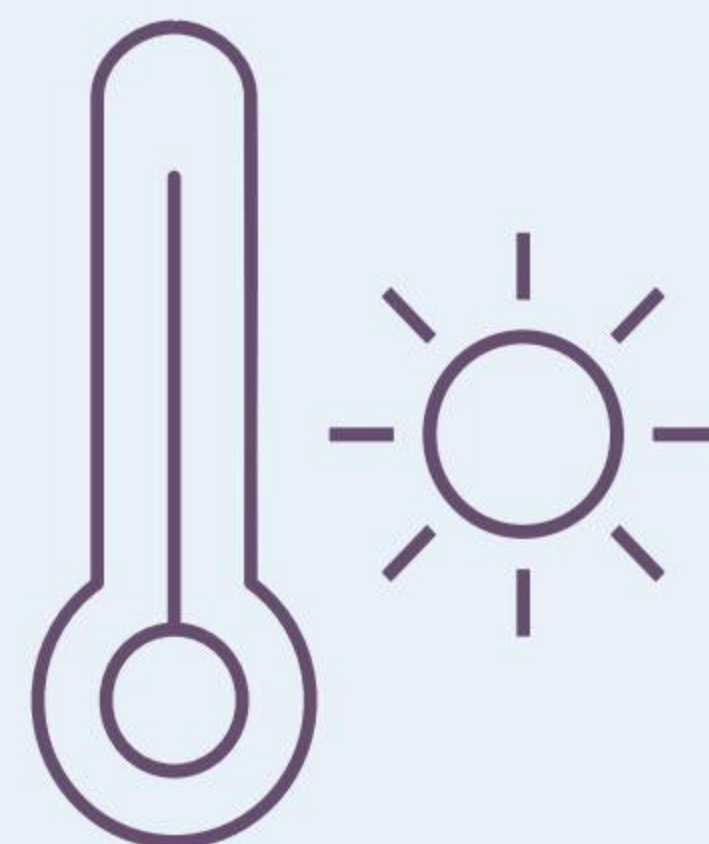
Nell'affidare ed affidarsi per le consegne ad una multinazionale, spesso si tende a considerare la "vita" dell'ordine del cliente conclusa dopo il suo iter nel ristorante: arrivo della comanda, trasmissione alla cucina, preparazione ed affidamento al rider.

Attenzione al feedback e soprattutto sperimentazione continua vi aiuteranno a comprendere che per il cliente l'ordine si conclude con la soddisfazione, che di solito segue una consegna fatta in tempi e modi razionali. Purtroppo, ricerche e dati di mercato sui consumer ci raccontano una storia ben diversa.

Se per puntualità i quattro big player del mercato si sono spesso scontrati senza però "vincitori", altrettanto non si può dire per la qualità. E qui il partner commerciale della delivery vi può far fare la differenza tra successo ed insuccesso.

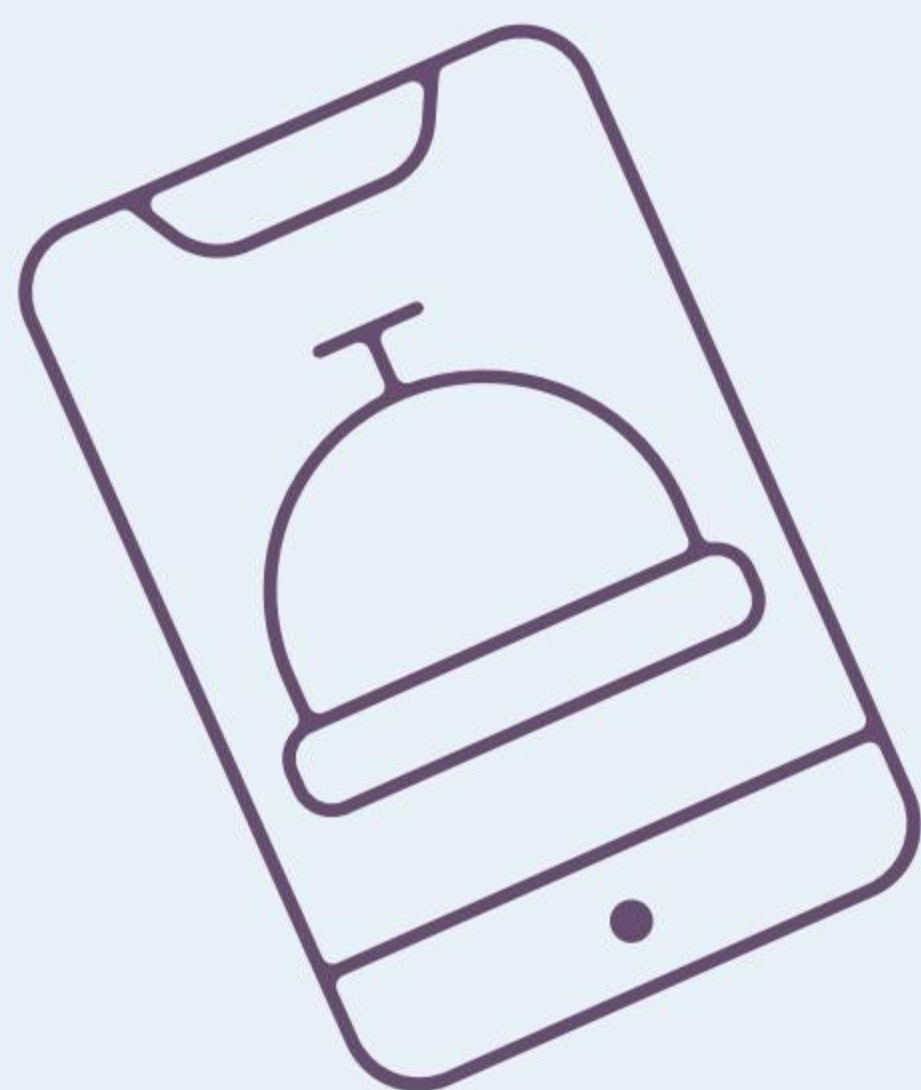
In alcuni test si è evidenziata una carenza nella scelta dei materiali di confezionamento con scarsa igiene derivante da sversamenti, sbattimenti e posate mal confezionate: questo è un lavoro di ricerca, sviluppo e implementazione che resta in capo ai ristoratori.

La parte legata a temperature e tempi di consegna è invece un preciso dovere del rider/piattaforma, ma anche qui ci addentriamo in un ginepraio: l'HACCP prevede per il trasporto a caldo del cibo una temperatura minima di 65°C... avete mai testato cosa succede al vostro cibo portato dal rider a casa dei vostri clienti? Anche in questo caso un test fatto magari con un amico potrebbe dare delle sorprese!



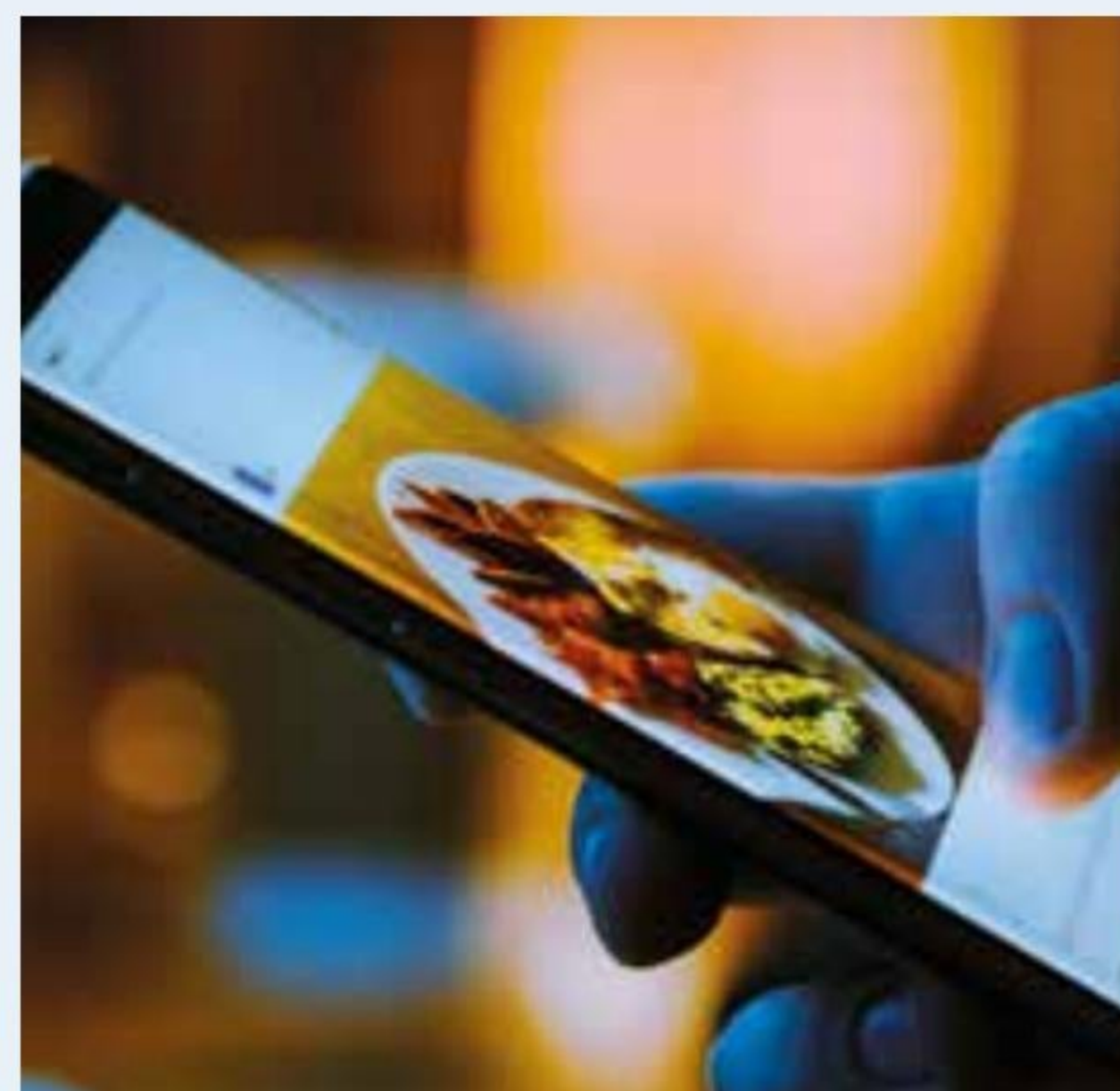
Tornando a cosa succede prima di un ordine, torniamo alle app con le quali si interfacciano gli utenti delle varie aziende e che influenzano sulla loro scelta: non serve essere dei tecnici per valutarle, ma prestate sempre attenzione a tre elementi in particolare.

1 In quasi tutti i casi, l'IT designer avrà progettato lo stile e l'interfaccia ottimizzando la velocità e la semplicità via web, ma ancor di più via mobile da cellulare.



2 La seconda e vitale attenzione è quella all'immagine del cibo: vi chiede-

ranno delle foto per ogni piatto inserito o per i principali piatti del vostro locale. Vale la pena dunque fare uno shooting con un fotografo professionista che usi i piatti antiriflesso e le giuste luci per valorizzare il vostro lavoro. La foto dello stesso piatto fatta da mano esperta o dallo smartphone di un ragazzo della brigata di cucina possono avere effetti grafici molto diversi, in qualche caso addirittura catturare o far scappare il cliente!



3 Un terzo ed ultimo aspetto riguarda la lunghezza e la navigabilità del menù: sulle app "less is more". Concentratevi sui fondamentali (le pizze più ordinate, ad esempio) e su preparazioni stagionali, fuori menù o variazioni, ma state ben attenti a non esagerare nelle opportunità di personalizzazione delle vostre ricette perché ogni cambiamento è un potenziale errore. In ultimo è consigliabile chiedere sempre di valorizzare gli allergeni, così come in carta al ristorante.



SOLO PER ROMAGNOLE AUTENTICHE.

Farina Molino Naldoni ideale per **PIADINA**

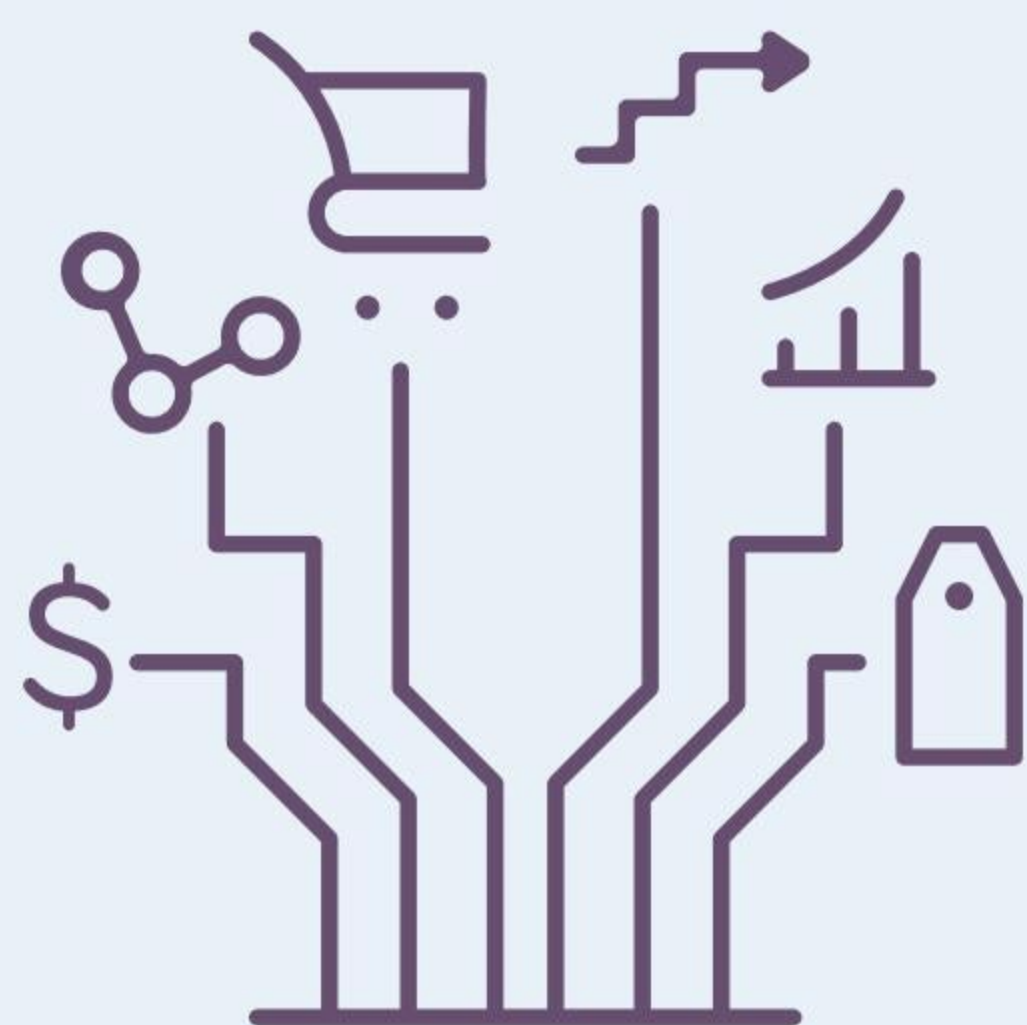
A BASSO CONTENUTO DI CENERI | PER IMPASTI CHIARI, CHE NON SI OSSIDANO
DA GRANI 100% ITALIANI

smeraldiniemenazzi.it



molinsonaldoni.it





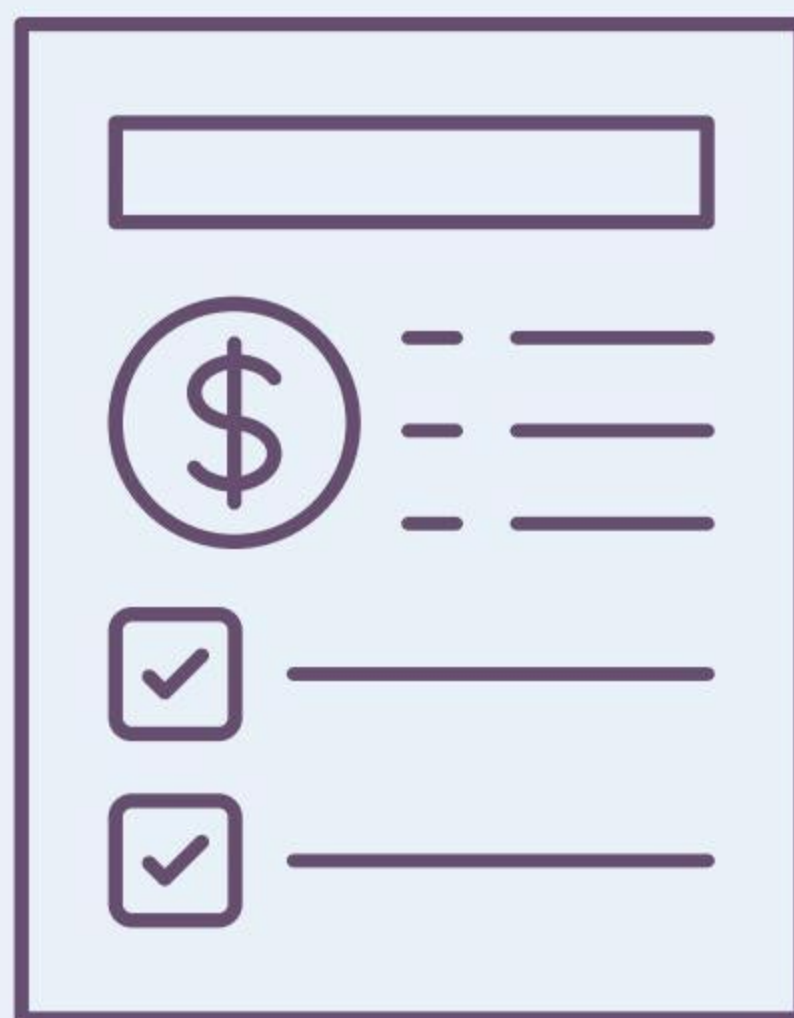
I costi di questi servizi? Sono tanto variabili quanto personalizzabili. Ovviamente il privato potrà negoziare un tasso percentuale vantaggioso fino a determinati limiti (15-16%) mentre le grandi catene presenti in tutt'Italia o in tutto il mondo avranno delle tariffe agevolate. Nuovamente, il consiglio è quello di

costruire un rapporto solido con chi gestisce il vostro profilo cliente (account) cercando di avere agevolazioni

di pari passo alla crescita del vostro business della delivery.



Oltre alle commissioni dirette, attenzione ai costi di affiliazione iniziale e a quelli di promozioni o sconti: sono tutte variabili che innalzano il costo totale e che spesso sono "occulte", nel senso che non vengono calcolate ai fini del food cost, ma il mio consiglio è di spendere un'oretta ogni volta che ricevete una fattura da parte del marketplace per verificare ordini, costi e contestazioni. Altra cosa è prevedere e calcolare l'incidenza di buoni, sconti e/o promozioni e costi pubblicitari per comprendere realmente cosa si è speso e quanto si è incassato.



Un ultimo consiglio, sempre per appassionarvi alle nuove tecnologie: ci sono collettori di ordini che possono semplificare la vita di chi gestisce la delivery come Orderlord e Deliverart che uniscono in un pannello di controllo tutti gli ordini che arrivano direttamente al ristorante o tramite le più grandi multinazionali (Justeat, Glovo, Deliveroo, Ubereats) in modo tale da poter gestire e controllare i tempi di delivery e gestire la produzione del ristorante per evitare accavallamenti, ritardi e fare la differenza con i clienti.



Take away e delivery, gestione delle prenotazioni e delle consegne



Our business is enhancing **your business**

AFINOX SRL

Via Venezia 4, 35010 Padova (PD)

Tel. +39 0499638311

Fax. +39 049552688

facebook.com/Afinoxsrl/

youtube.com/user/afinoxsrl

linkedin.com/company/afinoxsrl/

instagram.com/afinoxsrl/



Si fa presto a dire take away e delivery.

Se c'è però una cosa che questo difficile biennio ci ha insegnato è che siamo disposti a cedere su molto, ma non sulla qualità della nostra **pizza d'asporto**.

L'utilizzo massivo e sempre più estensivo di mezzi e strumenti legati al delivery, può sembrare a prima vista una grande opportunità, in un universo di proposte sempre più più variegato, in cui la pizza si conferma ancora la prima tra le scelte. Ma attenzione all'improvvisazione: a conti fatti nel medio e lungo periodo viene **premiato, com'è giusto che sia, chi propone un prodotto la cui qualità e fragranza non è messa al tappeto dallo stress test del trasporto e consumo differito**.

Tempistiche, ingredienti & impasti: elementi che fanno la differenza.

Per mantenere alto il livello qualitativo del prodotto, la tipologia e qualità delle farine ed ingredienti scelti o l'utilizzo o meno della biga sono aspetti che determinano **la valutazione finale e fidelizzazione del consumatore**. Tutto bene quando la giornata è mite e soleggiata e le richieste non superano le soglie abituali.

Ma che succede al nostro servizio delivery durante quei piovosi weekend dell'anno in cui cresce la voglia di pizza e le richieste di consegne a domicilio si moltiplicano?

Un'opportunità di business può rappresentare una difficoltà se non affrontata con i giusti mezzi e strumenti.

Quando l'obiettivo diventa migliorare e standardizzare i processi, senza dubbio la conoscenza del professionista è la base da cui partire. Ma non affidarsi alla tecnologia oggi sarebbe come rifiutare l'aereo per attraversare l'oceano. Ecco perché in Afinox abbiamo sviluppato Mekano Pro: il ferma lievita per standardizzare e facilitare la produzione degli impasti.

Grazie all'ausilio e al supporto di esperti panificatori, abbiamo messo a punto un **software dedicato alla lievitazione controllata**, in grado di supportare il professionista pizzaiolo in ogni fase di lavorazione: cicli automatici o manuali di lievitazione graduale, seguiti da fasi di abbattimento o conservazione dell'impasto, consentono di ottenere un prodotto di alta qualità, standardizzato ed omogeneo in ogni periodo dell'anno.

Se sei curioso di saperne di più e vuoi capire come realizzare un **impasto omogeneo in ogni stagione senza difficoltà o vuoi scambiare con noi le tue idee**, seguici sui nostri canali social e vieni a trovarci nella nostra azienda-laboratorio: saremo felici di condividere con te la nostra esperienza!

ORGANIZZARE IL FOOD DELIVERY NON BASTA...

...serve anche promuoverlo!

di Monica Pesciella



Sono sempre più numerosi i ristoratori che si dedicano al delivery e anche i numeri non lasciano spazio a dubbi in merito alla crescita avvenuta negli ultimi anni dal comparto, anche dal punto di vista economico.

Si dà però troppo spesso per scontato che, una volta preparato il piatto e scelto il giusto packaging, il grosso del lavoro sia fatto e la strada per il successo sia ormai tutta in discesa. Salvo poi rimanere delusi dai risultati e pensare che “il delivery non funziona”.

In realtà, la causa dello scollamento che a volte si verifica tra aspettative e risultati è spesso da ricercare nell’approccio forse un po’ troppo semplicistico all’argomento, perché arrivati a questo punto ci troviamo solo a metà dell’opera.

Non dobbiamo dimenticare l’importanza di aspetti come la “ingegnerizzazione dei piatti” e la qualità della consegna, da fare (possibilmente) utilizzando i device più tecnologici per garantire il controllo di temperatura e umidità durante il trasporto. Gli stessi fattorini hanno un ruolo cruciale per garantire una “esperienza premium” oppure trasformarla in un servizio scadente e da dimenticare. E quindi una volta che abbiamo scelto come consegnare il nostro piatto, possiamo ritenere di aver fatto tutto? Certamente no, perché resta da implementare un aspetto cruciale: dobbiamo conquistare il cliente, se nuovo, oppure fidelizzarlo se già ci conosce e magari ha già usato il nostro servizio di delivery oppure è abituato a frequentare il nostro locale. Come fare? Ecco alcuni semplici consigli.

E



Alla conquista del cliente

Si rende forse a questo punto necessaria una distinzione tra chi fa solo delivery (come per esempio *dark kitchen* e *ghost kitchen*, o *virtual brand* ospitati in *cloud kitchen*) e chi affianca il delivery al servizio in sala, perché in alcuni punti le dinamiche possono essere differenti.

È però un fatto che tutte le tipologie di ristorazione citate si trovano nella necessità di confrontarsi con alcuni aspetti, forse a volte sottovalutati. Ad esempio, come raccogliere gli ordini? Come trovare i clienti? Come gestire l'organizzazione della consegna? Sarà meglio avvalersi delle *delivery platforms* o avvalersi di una *software house* specializzata, che realizzi una app per raccogliere gli ordini in totale autonomia?

La risposta a queste domande fa spesso la differenza per la buona riuscita di un business di successo. Cominciamo dall'inizio. Il valore più importante per un ristoratore è il cliente.

Se abbiamo un ristorante con sala e vogliamo ampliare il business alle consegne a domicilio, possiamo contare su un pubblico di clienti che già ci conosce per la qualità del cibo e del servizio trovati nel nostro locale, per il sorriso che dedichiamo all'arrivo, perché sappiamo qual è il suo tavolo preferito e quali i suoi gusti, talvolta anche perché ricordiamo di chiedergli come stanno i famigliari, in definitiva perché in generale riusciamo a creare un ambiente familiare e cordiale.

Tutto questo con il delivery non accade, perché si tratta di un rapporto "a distanza".

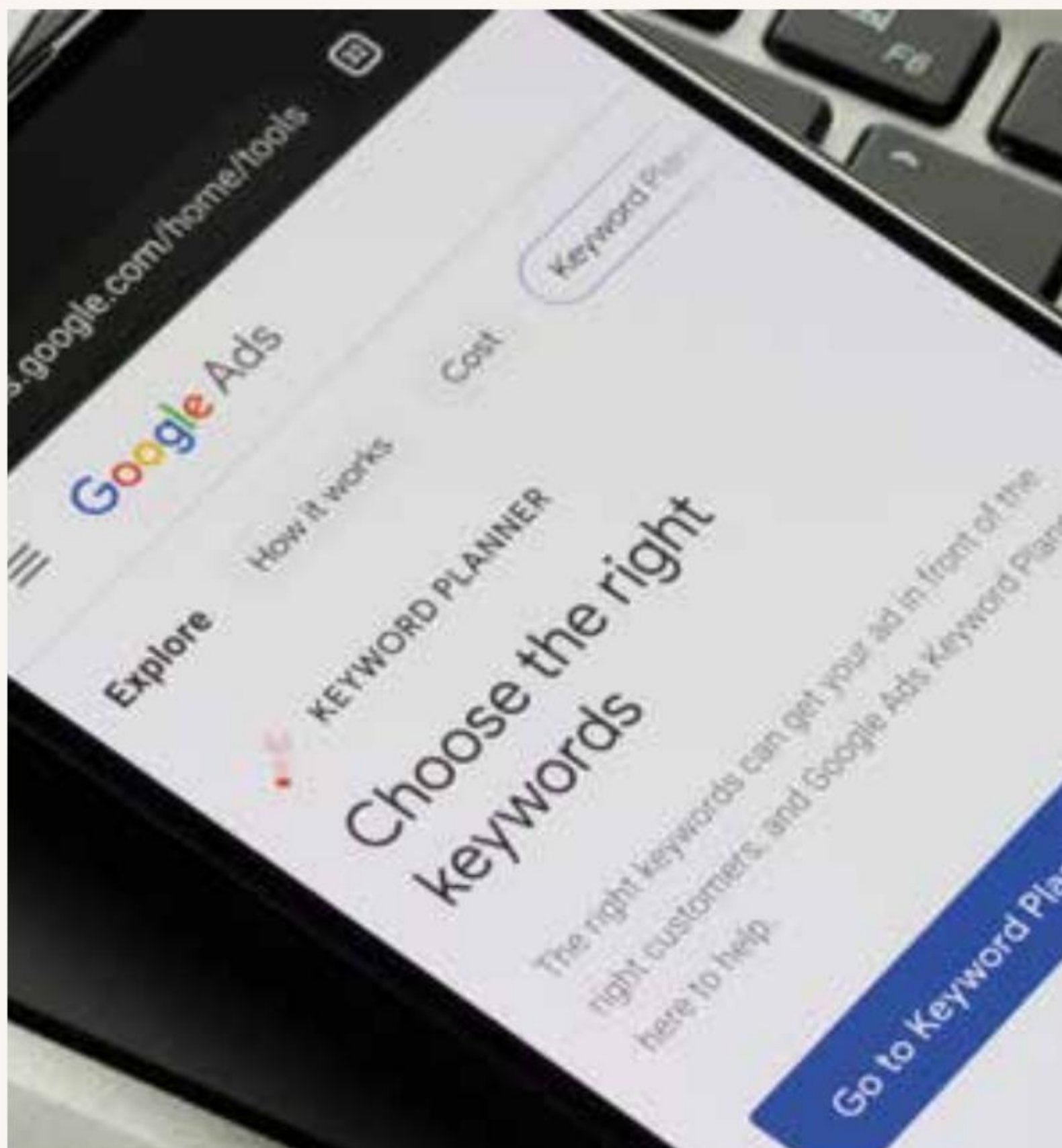
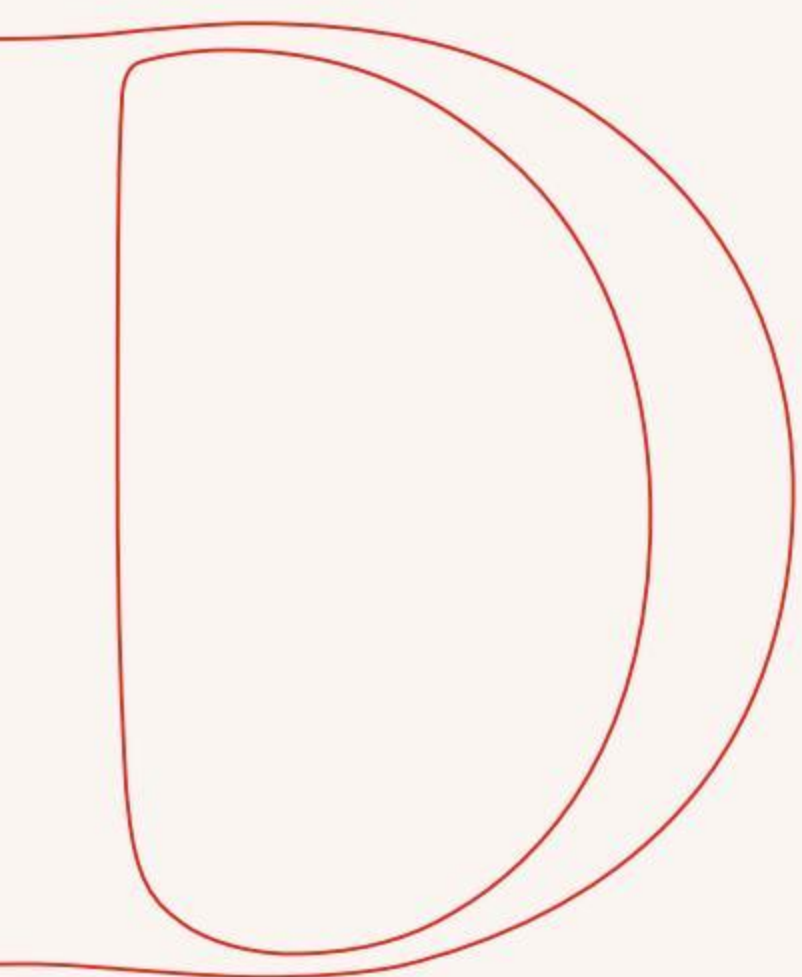
COME RACCOGLIERE GLI ORDINI? COME TROVARE I CLIENTI? COME GESTIRE L'ORGANIZZAZIONE DELLA CONSEGNA?

In questo caso però siamo avvantaggiati dal fatto di avere già una base di clienti su cui puntare per far conoscere il nostro nuovo servizio di consegne a domicilio e si tratta sostanzialmente di informarli che da ora in poi potranno anche ordinare a casa. Attenzione a questo primo punto!

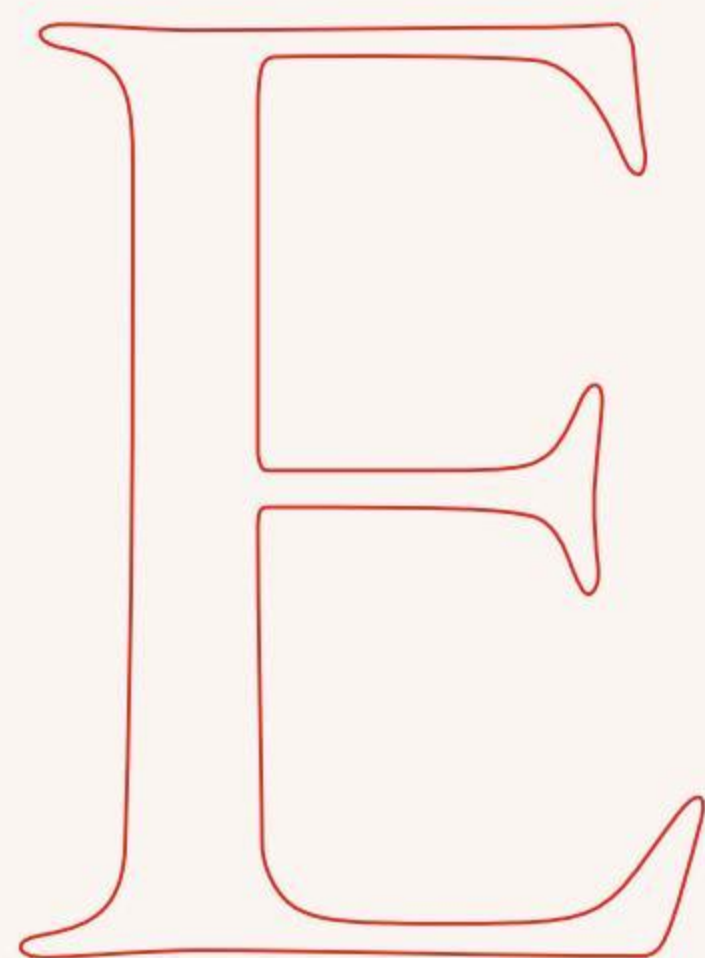
Comunicare questa nuova opportunità nel modo corretto,

puntando alla possibilità di ricevere il cibo a casa non per sostituire la frequentazione del locale, ma magari per potersi godere una cena in più in una sera di pioggia o in una sera infrasettimanale in cui si sarebbe comunque rimasti a casa. Non si tratta di sostituire occasioni di consumo in sala con consumo a casa ma di aggiungere opportunità di consumo in più laddove prima non ce n'era la possibilità o l'opportunità!

Per informare i nostri clienti abituali del servizio aggiuntivo di consegne a domicilio possiamo utilizzare diversi strumenti, partendo dai più semplici: ad esempio, apponendo una piccola locandina alla cassa o consegnando al momento del conto materiale pubblicitario (cartoline, volantini, flyer, ecc), utilizzando le pagine social con post informativi sul nuovo servizio, ecc. E se invece non abbiamo un pubblico di sala a cui rivolgerci? Diventerà importante a questo punto riuscire a raggiungere i nostri potenziali clienti senza poter contare sul rapporto diretto che si instaura nel locale.



*Delivery
platforms:
testi, immagini
e video per
conquistare il
mercato*



Come farci conoscere? Il sistema più semplice per molti sembra essere quello di affidare menù, ordini e consegne alle *delivery platforms*.

I brand più famosi di questo settore infatti fanno ingenti investimenti in moderno *advertising*, che si traduce nel contatto con un numero elevato di clienti che ordinano tramite le loro piattaforme.

Il cliente che vuole ordinare cibo online, sceglie la piattaforma e trova una vastissima offerta di ogni tipo di menù e ristorante: si tratta solo di scegliere quello più desiderabile. Spesso, inoltre, vengono offerti anche sconti e allettanti offerte.

**I MODERNI
SISTEMI DI
ADVERTISING
POTRANNO
AIUTARVI A
COSTRUIRE
UN PUBBLICO
INTERESSATO
ALLA VOSTRA
OFFERTA
RISTORATIVA**

Se invece fate consegne in proprio - sia in modo esclusivo oppure anche in abbinamento all'utilizzo delle *delivery platforms* - i moderni sistemi di *advertising* (tra i più diffusi *Google ads* e le *ads* del mondo *Meta*, in particolare *Facebook* e *Instagram*) potranno aiutarvi a costruire un pubblico interessato alla vostra offerta ristorativa.

Sarà poi necessario implementare la presenza online, non accontentandoci più solo di utilizzare il web a scopo informativo per un generico *storytelling*, ma costruire contenuti specifici dedicati alla pubblicità.

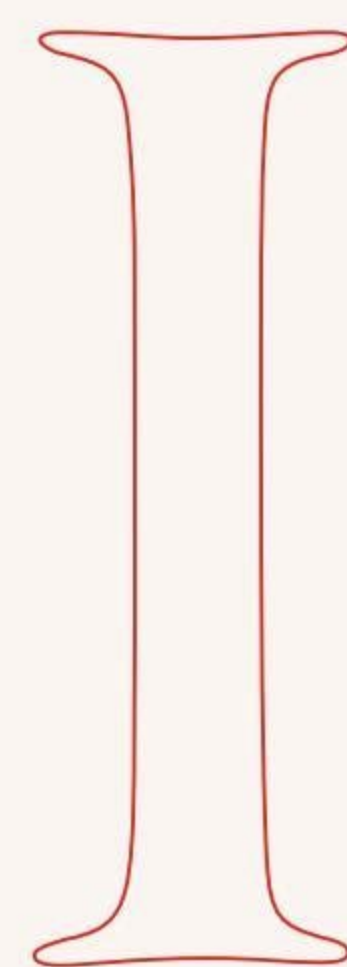
Saranno utili testi (in gergo tecnico definiti "*copy*"), immagini e possibilmente anche video accattivanti e adatti a farci "scoprire" dai nostri nuovi clienti, mettendo bene in evidenza l'offerta, il brand e il menù.

Inoltre sarà altrettanto importante fidelizzare i clienti acquisiti, per non disperdere gli sforzi (di tempo e denaro) fatti per conquistarli. E quindi andremo a fare campagne di remarketing sui clienti che hanno già visitato il nostro sito e le nostre pagine o che si sono già serviti da noi, per invogliarli a tornare e a ordinare ancora e a non disperdersi nei meandri di un'offerta di delivery che è sempre più tentacolare. A questo punto entra in gioco un altro aspetto cruciale. Qual è la differenza tra acquisire ordini tramite le più conosciute *delivery platforms* (JustEat, Deliveroo, UberEats...) e investire tempo ed energie per lo sviluppo di una app propria con cui acquisire gli ordini direttamente?

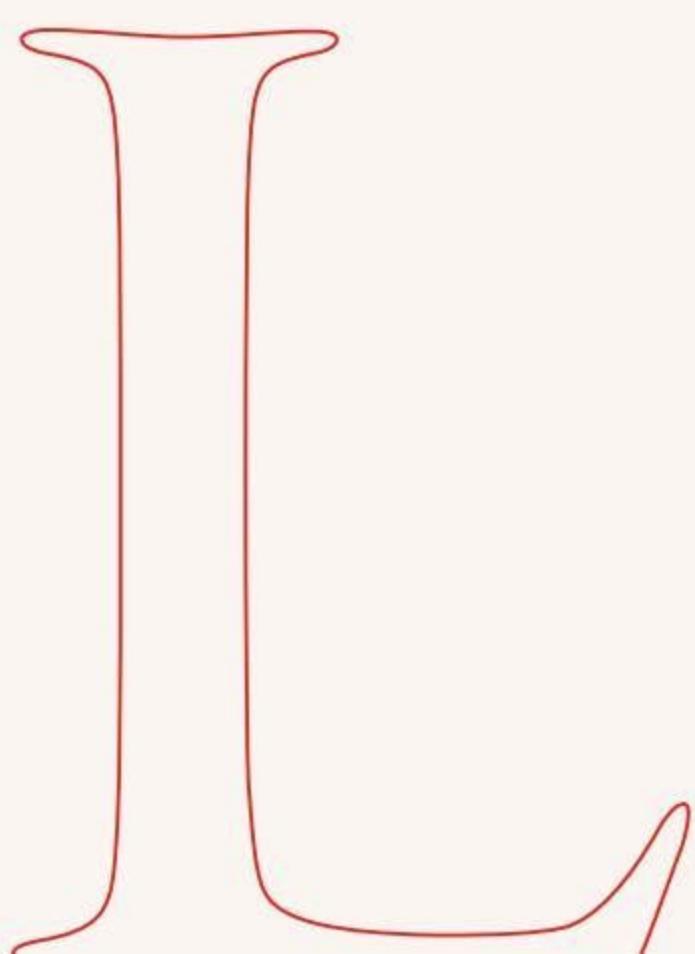
“Probabilmente la differenza maggiore consiste nel costo delle commissioni da pagare alle *delivery platforms*”, staranno pensando molti di voi.

E invece c'è un aspetto forse ancora più importante da tenere presente, che consiste nella raccolta, gestione e controllo dei dati dei clienti.

Certo, perché quando vi affidate ad una *delivery platform* per le vostre consegne a domicilio, state di fatto lasciando ad altri anche il controllo e la gestione dei vostri clienti.



RACCOLTA,
GESTIONE E
CONTROLLO DEI
DATI DEI CLIENTI



SI DICE CHE I DATI SONO IL PETROLIO DEGLI ANNI 2000



L'importanza dei dati, cruciali per conquistare e fidelizzare i clienti

Come si chiama il cliente a cui state per consegnare la vostra pizza? Lucia, Mario, Carlotta, Giovanni... forse questo dato vi viene messo a disposizione dalla *delivery platform* che vi informa degli ordini da evadere. Ma qual è il suo indirizzo mail? E il numero di telefono? E quanti anni ha? Quand'è il suo compleanno? Cosa ama ordinare? Mangia spesso solo o in compagnia? Ha figli? Quanti? Di quanti anni? Abituamente ordina a pranzo o a cena? Prende il dolce? Preferisce carne o pesce? È vegetariano o vegano? Ha intolleranze? Ecco solo alcune delle domande a cui è cruciale saper rispondere per ognuno dei nostri clienti.

Molti di voi si staranno chiedendo a cosa servano tutte queste informazioni: perché perdere tempo e denaro per scoprirle?

Perché maggiori informazioni abbiamo sul nostro cliente e maggiori strumenti avremo per potergli fare un'offerta così attraente da non poter rispondere "no", colpendo proprio nel segno dei suoi gusti o di quelli della sua famiglia.

Oppure per inviargli un'offerta, uno sconto, un gadget a cui non sappia resistere. Oppure per fargli gli auguri di buon compleanno e allegare uno sconto speciale per festeggiare insieme, o per inviargli un gadget che lo aiuti a ricordare per sempre il nome del nostro brand e lo spinga a riordinare proprio da noi invece di perdersi nel *mare magnum* dell'offerta delle *delivery platforms*.

Ecco perché si dice che i dati sono il petrolio degli anni 2000. Per raccogliere (senza dimenticare le nuove regole a tutela della privacy), catalogare, filtrare, gestire e usare al meglio i dati a fini di marketing, dobbiamo prima di tutto comprenderne il valore e successivamente dotarci degli strumenti più adatti per i nostri obiettivi.

Il che significa avvalersi di un sistema CRM (*Customer Relationship Management*) che ci aiuti a rimanere in contatto con i clienti, a semplificare i processi e a migliorare la redditività.

Molto spesso tutto questo si trova integrato in una delle app disponibili sul mercato per la raccolta diretta degli ordini da parte del ristorante, che potrà in questo modo affiancare (o eventualmente sostituire del tutto) l'utilizzo delle *delivery platforms* con consegne in proprio, costruendo e arricchendo il proprio database di contatti e saltando così il passaggio (e il pagamento delle commissioni) delle piattaforme.

Molini Lario

LAGO DI COMO, 1919

benvenuta PERFECTA



PERFECTA è la nuova referenza che va ad allargare l'ampia gamma GranPizza. Offre grande estensibilità, già molto performante con idratazioni medie, ideale per pizze con cornicione basso, croccanti e profumate. Indicata anche per la pizza tradizionale Napoletana con cornicione pronunciato, la pizza contemporanea o quella in teglia croccante: prodotti che necessitano di alte idratazioni.

CARATTERISTICHE • Farina di Tipo 00 • Lievitazione medio-lunga • Indicata per impasti diretti
• Tempi di Maturazione indicativi: 36H - 72H • Valori reologici: W 320 • Sacco da 25 Kg.



Molini Lario S.p.a. - Via dei Platani 609 Alzate Brianza (CO)

Tel. +39 031 630 491 - Fax +39 031 632 546

info@molinilario.it | www.molinilario.it

Facebook: **Accademia Farina-Molini Lario** | Instagram: **#accademiafarina**





AD OGNI PIZZA IL SUO BOX?

Nel nostro viaggio all'interno della realtà del food delivery non potevamo non indagare coloro i quali sono parte integrante dell'esperienza gastronomica del cliente che ordina cibo a domicilio: i produttori di box per la pizza. Abbiamo dunque realizzato un'intervista multipla ad alcune tra le realtà produttive più significative delle famose "scatole per pizza". Eccola a voi!

di D.M.



Francesco Marincola,
cofondatore
Keepizza



Valentina Zago,
Cuboxal
DG Gruppo Pro-Gest e Managing Director presso Trevi-kart, divisione Cuboxal.



Diego Rubino,
Ceo Inpact Srl
(Napoli)

OGNI PIZZA HA IL SUO CARTONE: È VERO? E SE SÌ PERCHÉ?

"La qualità del cartone è una.

È data dal progetto del contenitore e dalla qualità dei materiali che impiega; significa anche sicurezza alimentare che noi dobbiamo assicurare come fornitori e pretendere come clienti."

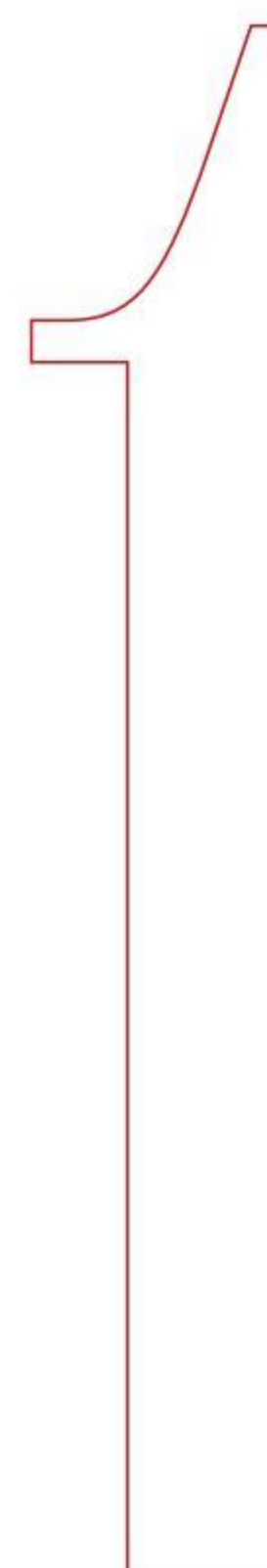
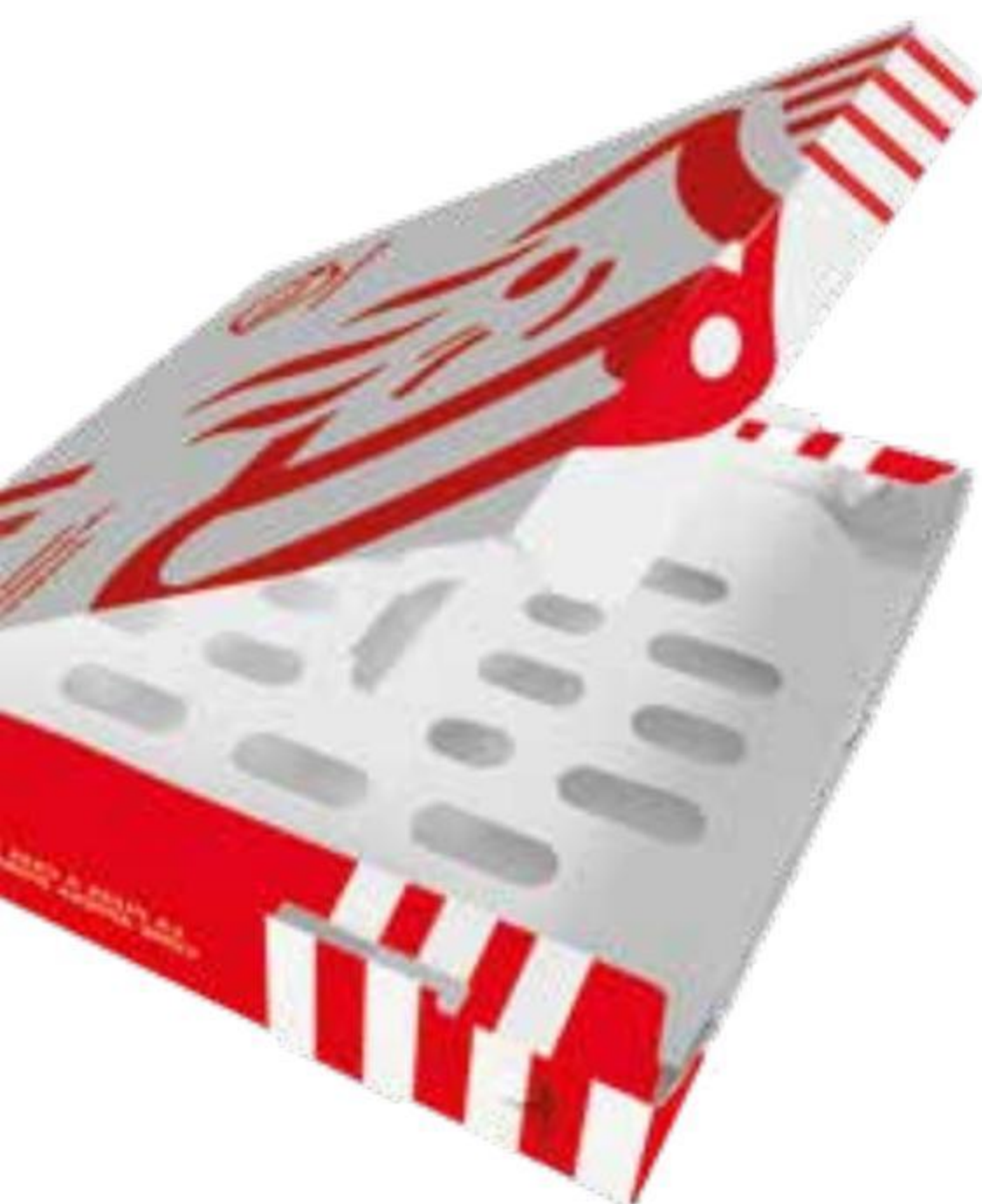
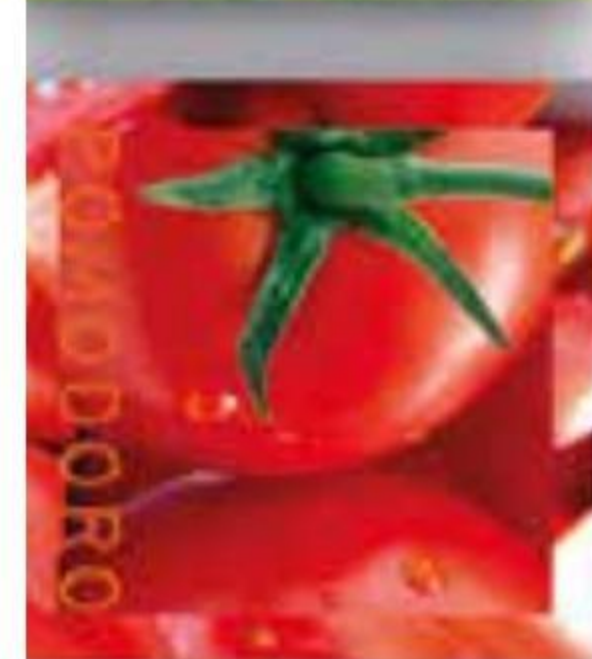
"Adattando il noto adagio possiamo sicuramente dire: "Paese che vai, pizza che trovi". Questo vale com'è noto sia a livello micro, guardando al nostro Paese, sia - e a maggior ragione - a livello macro, tra paesi diversi.

Sappiamo bene quanto la pasta e gli ingredienti utilizzati possano essere diversi e ciò influisce naturalmente sul risultato finale.

Dal momento che i prodotti di Cuboxal, l'azienda del Gruppo Pro-Gest specializzata nella trasformazione del cartone per la produzione di scatole per pizza, raggiungono oltre 40 paesi nel mondo, sappiamo bene quanto varino le tipologie di pizza a seconda dei gusti, dei formati e delle mode e tendenze. In base alla nostra esperienza possiamo dire che un buon cartone per pizza deve sapersi adattare a tutte queste variabili."

"È vero in parte perché la qualità che oggi si trova sul mercato non è sempre una qualità consona a contenerlo.

Piuttosto ogni cartone ha il suo costo e non segue la logica della naturale applicazione. Però in effetti è vero, ogni pizza dovrebbe avere il suo cartone."





QUALI SONO LE CARATTERISTICHE DI UN CARTONE PER LA PIZZA NAPOLETANA? E DI UNO PER LA PIZZA ROMANA?

Francesco,
Keepizza

"Ci vari tipi di pizza e poi ci più declinazioni delle medesime. Una pizza napoletana può avere un cornicione particolarmente pronunciato, e ingredienti ricercati, come può avere ingredienti semplici e cornicione più basso. Stesso discorso per la romana, per la pinsa e ancora di più per quella in padellino. Per la pizza in padellino, infatti, non esiste uno standard (come esiste per una napoletana), che va dai 24 cm arrivando anche a 28 cm di diametro. La pizza è un mondo magnifico, fatto di unicità e diversità. E questo rende il produttore di cartoni per pizza una specie di consulente, pronto a mettersi in gioco per realizzare particolari contenitori per differenti esigenze.

Da questo dialogo diretto con i pizzaioli è nata anche la nostra KEEKanotto,

un contenitore pizza più alto di circa 2 cm per poter consegnare in piena sicurezza le pizze canotto. L'esigenza di base è comune: tenere il calore senza creare condense. È un equilibrio difficile, e ci sono sul mercato tante soluzioni. Noi abbiamo ideato, grazie alla griglia, una intercapedine di aria calda che riduce la condensa. L'utilizzo della carta rispetto ad altri materiali è una scelta strategica sotto differenti punti di vista: la carta assorbe l'umidità in eccesso, è prodotta con risorse rinnovabili, è riciclabile nella carta (economia circolare) e se sporca è compostabile."



Valentina Zago,
Cuboxal

"La varietà offerta dal nostro Paese credo sia davvero un unicum nel panorama internazionale. Se dovessimo mappare le infinite varianti della pizza in Italia vedremmo le più disparate forme, materie prime e cotture dal momento che ogni pizzaiolo ha di fatto il suo stile e le sue abitudini.

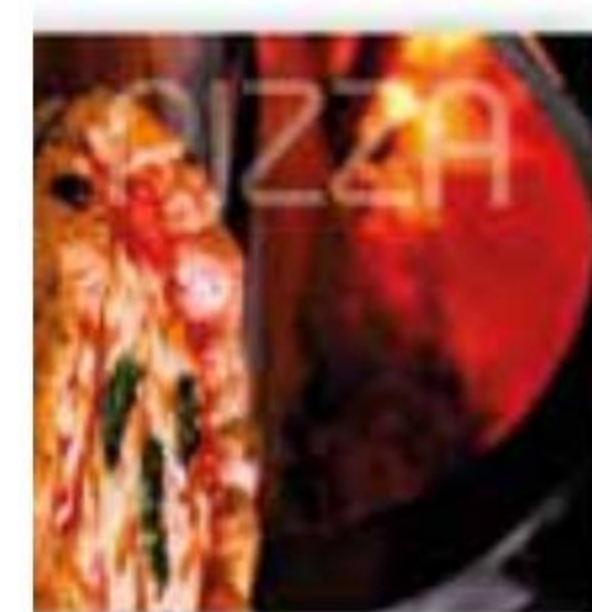
Certamente per essere adeguato il cartone da pizza deve anzitutto avere le dimensioni adatte.

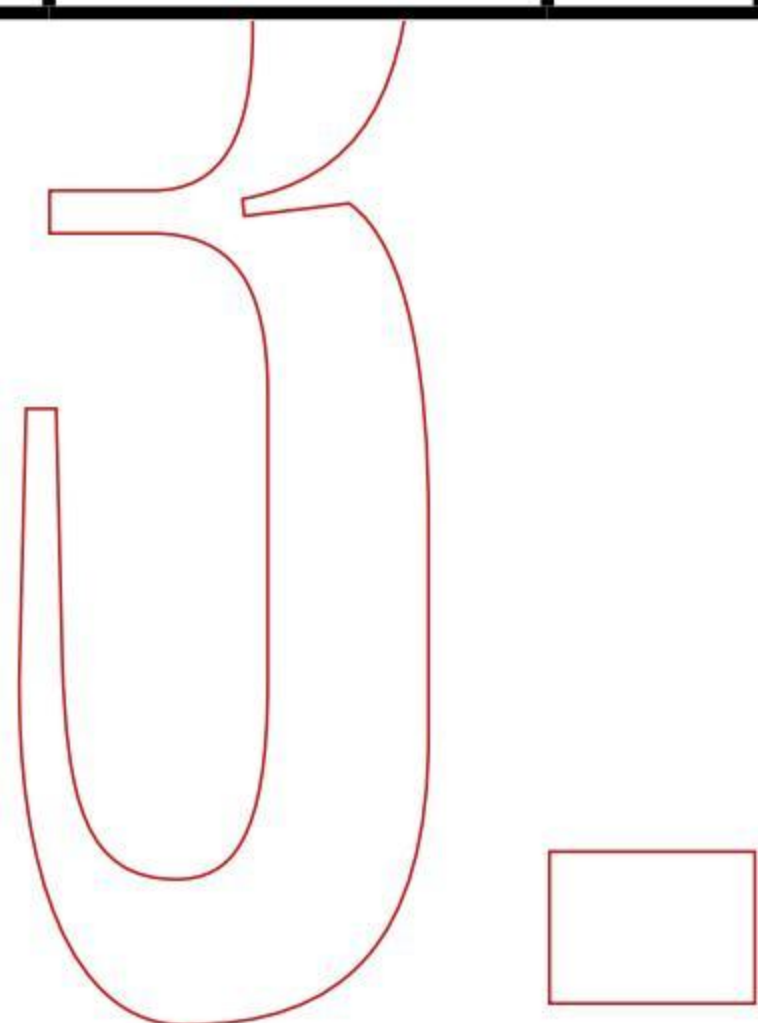
Oltre a questo, credo che un cartone di qualità sia in grado di adattarsi sostanzialmente a tutte le situazioni. La nostra forza è proprio quella di poter offrire tutte le composizioni e forme richieste senza compromessi sulla qualità."

Diego Rubino,
Inpact Srl

"Innanzitutto l'altezza, perché le pizze hanno dimensioni diverse in altezza. Poi i formati,

perché la pizza napoletana viene trasportata da formati che vanno dal 30x30 al 35x35, passando dal 33x33, che è il formato definito dal disciplinare Stg. Mentre la romana, 30x40 60x40 e 20x40 (fatta eccezione per la pinsa 26x35)."





Francesco,
Keepizza

"Il cartone pizza (che noi chiamiamo "contenitore salvapizza" proprio per evidenziare l'importanza della sua funzione) è un ingrediente come tutti gli altri che i pizzaioli utilizzano. Quando scelgono la mozzarella, il pomodoro o l'olio, cosa scelgono? Il migliore o quello più economico? Quando un ristorante sceglie la qualità, deve farlo anche con i cartoni pizza. L'errore più grande che viene fatto è quello di valutare (spesso anche in percentuale e non in centesimi) il costo del nostro cartone rispetto a quelli economici. Un cartone di alta qualità può costare anche il 300% in più di quello di bassa qualità prodotto con carta riciclata (illegale). Allora non si compra? Anche la mozzarella può costare il 100% in più, ma se intraprendi la strada della qualità devi farlo sempre. Abbiamo verificato che per presentare una pizza al prosciutto di alta qualità puoi spendere anche €2,00-€2,50 in più. Un cartone pizza di qualità può costare €0,20-€0,30 in più. Quindi metteresti a rischio un investimento in ingredienti di qualità di qualche euro per risparmiare qualche decina di centesimi? Il contenitore pizza è inoltre fondamentale, perché è il biglietto da visita del locale: se è di qualità la pizza arriva senza odore e calda. E il cliente ritorna. Se è fredda, sa di cartone ed è umida, allora il cliente è perso.

Quella del cartone non è una scelta secondaria:

vanno provati, scelti in base alle caratteristiche della propria pizza e del proprio impasto."

COSSA DOBBIAMO INVECE EVITARE ASSOLUTAMENTE NELLO SCEGLIERE UN CARTONE PER PIZZA?



Valentina Zago,
Cuboxal

"Anche nell'ambito delle scatole per pizza credo che sia fondamentale fare in primo luogo una scelta di consapevolezza ambientale.

Questo significa per esempio scegliere prodotti certificati che, al tempo stesso, non facciano sconti sul fronte della qualità. Avendo sviluppato una filiera verticalmente integrata, il nostro Gruppo riesce a garantire la massima qualità in tutti i passaggi: dalla produzione della materia prima fino alla scatola finita. Questo ci consente di avere il massimo controllo sui nostri prodotti. Oltre a questo direi che è importante evitare di scegliere un cartone che non è adatto rispetto alla pizza che deve contenere, per dimensioni e caratteristiche."



Diego Rubino,
Inpact Srl

"La legge prescrive di utilizzare 3 fogli di fibra vergine 100%, cioè prodotti esclusivamente con fibra vergine (pura cellulosa).

La quasi totalità dei produttori invece usa delle carte kraft che sono composte solo tra il 65-70% di fibra vergine. Rasentando l'obbligo di utilizzo del 100% per i prodotti come la pizza ovvero caldo e grasso.

Addirittura moltissimi, per questione di prezzo, utilizzano carte con percentuali di macero (riciclate) superiore al 60-70% generando così a contatto con la pizza quel sapore e quell'odore di cartone,

rendendo quindi il cartone non idoneo al contatto con l'alimento. Qui purtroppo molti ne approfittano perché le norme sono diverse tra cibi secchi e cibi umidi e grassi."



**65-70%
DI FIBRA
VERGINE**



HOTBOX

IL FORNO PROFESSIONALE
PER LE CONSEGNE A DOMICILIO



**CLIENTI DELUSI?
BASTA CIBI
FREDDI E
GOMMOSI!**

CONSEGNA CIBI CALDI
E FRAGRANTI A CASA
DEI TUOI CLIENTI CON
HOTBOX!



CONTATTACI SU

info@hotboxfood.it

+39 342 374 1038

www.hotboxfood.it

SEGUICI SU



ADATTO PER

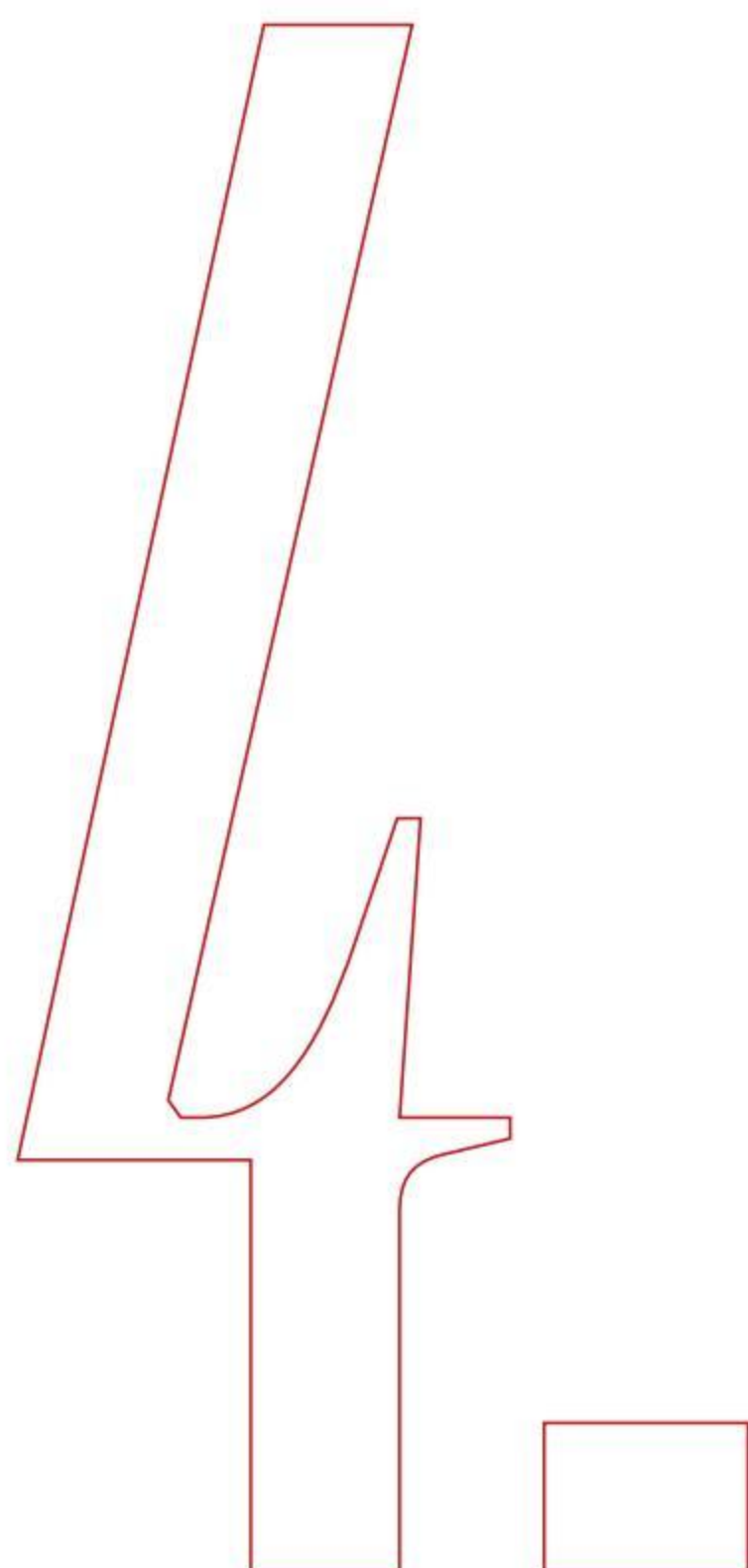


**TASTE THE FOOD
NOT THE JOURNEY**

Francesco,
Keepizza

La pizza è nata per il popolo ed è un alimento che si è mangiato sempre per strada a portafoglio oppure semplicemente tagliata a tranci. Quindi è il primo esempio di street food.

La pizza, se ben fatta, è ottima in sala, ma non solo per la qualità della pizza. In sala si vive infatti un momento di socialità con l'incontro con altre persone e il confronto con il ristoratore. È un'esperienza, non un semplice "mangiare". Quindi è vero che se la mangiamo in pizzeria appena sfornata è tutta un'altra cosa, come tutte le cose cotte al momento, e quindi diventa fondamentale l'utilizzo di un packaging adeguato a garantire la qualità del prodotto e la sua fragranza, anche dopo mezz'ora. L'Italia è inoltre l'unico paese al mondo la cui legislazione impone l'utilizzo di tre carte vegetali, che preservano la salute del cliente e il gusto. In questo però è fondamentale che il pizzaiolo non consideri il cartone pizza come un costo, scegliendo quello meno costoso e spesso anche non certificato. La scelta del ribasso porta non solo a presentare un prodotto fuorilegge (con relative sanzioni, potendo anche essere denunciato da un singolo cliente e dover chiudere il locale) ma anche un contenitore che rovina gusto e qualità della pizza, perdendo clienti e credibilità.



Valentina Zago,
Cuboxal

"È certo che per nessuno come per noi italiani la pizza sia qualcosa di "sacro". E sicuramente per apprezzare questo prodotto al massimo anche il tempo entro il quale la si consuma ha la sua importanza. Soprattutto però

credo che sia importante considerare l'intervallo che trascorre da quando la pizza è pronta a quando la si mangia,

non tanto il modo in cui si trasporta, in quanto il packaging è costruito appositamente per questo. La domanda crescente di scatole per pizza dimostra che poter gustare ed apprezzare la pizza, piatto riconosciuto in tutto il mondo per la sua bontà, nella comodità della propria casa, condividendo il momento con la propria famiglia o i propri amici non ha eguali. Questo rappresenta sicuramente un grande punto di forza per questo prodotto, di fatto il protagonista indiscusso del take away a livello mondiale. Poter apprezzare a casa la pizza non è un limite, ma sicuramente un vantaggio e questo è indubbiamente merito proprio del packaging."



IN MOLTI DICONO CHE LA PIZZA SI DEBBA MANGIARE SOLO IN PIZZERIA, APPENA SFORNATA, PER CONSERVARNE I SAPORI. COME RISPONDONO LE AZIENDE DEL PACKAGING A QUESTA CONSIDERAZIONE?

Diego Rubino,
Inpact Srl

"È verissimo, ecco perché noi abbiamo prodotto un contenitore (no cartone) che salvaguarda più di tutti gli altri la fragranza, l'umidità, la salubrità della pizza.

Come se fosse appena stata sfornata, la scelta è: meglio una pizza secca e fredda? O una pizza calda con la mozzarella ancora filante, il pomodoro ancora cremoso e senza macchie d'olio all'esterno?





Accensione rapida, forno
a temperatura in tempi ridotti



Combustione Sana
e non portatrice di fumi



Mantenimento ad alto
rendimento e durata

SITTAS

*Benessere
Eco Innovativo*

commerciale@sittasrl.com
www.ilfaggetto.com

— Cercasi Distributore —

Francesco,
Keepizza

"La qualità del nostro cartone nel mantenere il calore e l'aspetto della pizza risulta evidente nelle prove effettuate.

Il trasporto della pizza avviene troppo spesso attraverso cartoni di "vecchia concezione", ossia non studiati per il reale bisogno. Sono troppo spesso delle semplici scatole, che hanno come scopo quello di trasportare, non di preservare. La pizza al suo interno (tra impasto e condimenti) contiene molta acqua, che con il calore (tra i 82°C e i 85°C) si trasforma in vapore acqueo. Se un contenitore non permette la giusta areazione e l'assorbimento di questo vapore, la pizza rischia di "ammollarsi", compresi gli ingredienti più delicati come gli affettati. È compito del contenitore garantire il giusto equilibrio tra riduzione della condensa (salvaguardando, come da voi indicato, gli affettati) e la tenuta del calore (garantendo la condizione ottimale per i formaggi). Troppo circolo di aria riduce la condensa, ma la pizza si raffredda, e troppa attenzione alla tenuta del calore crea troppa condensa.

Noi riteniamo con KEEPizza di aver trovato il giusto equilibrio:

la griglia riduce la condensa (non si "ammolla") e crea un'intercapedine di aria calda (pizza più calda). Quello su cui ci stiamo concentrando quindi è l'ampliamento della gamma dei cartoni, in quanto le esigenze sono molteplici e vorremmo rispondere al meglio ad ognuna di esse. Abbiamo infatti lanciato da qualche settimana un nuovo contenitore specifico per le esigenze delle pizze gourmet e delle pizze canotto (KEEKanotto), che si va ad aggiungere al contenitore studiato specificatamente per la pinsa."



NEL MONDO DELLA PIZZA È RISAPUTO AI PIÙ CHE ALCUNI INGREDIENTI MAL SOPPORTANO IL TRASPORTO ED IL CARTONE, COME AD ESEMPIO AFFETTATI E FORMAGGI. AVETE QUALCHE PROGETTO CHE POSSA AIUTARE I PIZZAIOLI NEL PRESENTARE LA LORO PIZZA COME SE FOSSE APPENA SFORNATA?



Valentina Zago,
Cuboxal

"Ciò che garantisce il miglior risultato sono le soluzioni in cartone pregiato, che utilizzano materie prime di alta qualità, e dotate di fori di aerazione per salvaguardare al meglio l'integrità del prodotto. Grazie al know-how che abbiamo sviluppato negli anni e agli investimenti importanti sostenuti dal Gruppo credo che

possiamo dire di aver raggiunto un livello tecnico molto alto con il packaging in cartone ondulato,

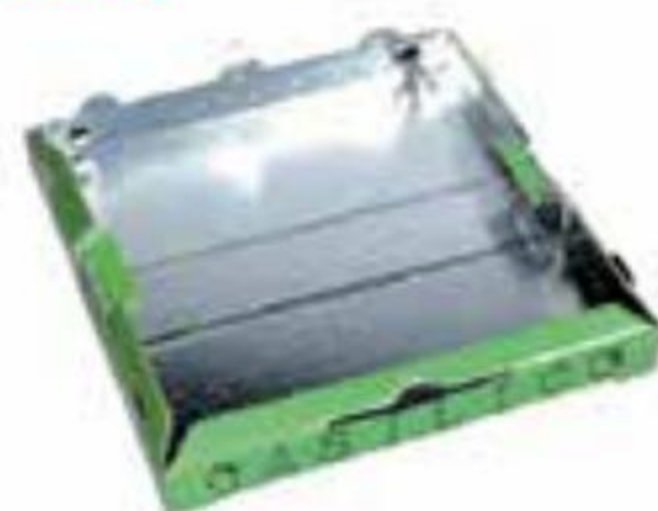
che rappresenta inoltre la scelta migliore anche dal punto di vista della sostenibilità ambientale e questo è sicuramente un punto importante per quella che è la filosofia del Gruppo."

Diego Rubino,
Ceo Inpact Srl

"Premettendo che noi siamo cultori della filosofia "riciclabile e riutilizzabile" tutti i nostri pack sono prodotti con dei sottilissimi film plastici che consentono di avere barriere sia per i gas che per l'umidità, permettendo la salvaguardia degli alimenti trasportati sia caldi che freddi.

Il nostro brevetto Picor è nato proprio pensando ai pizzaioli, poiché il nostro contenitore conserva al meglio il gusto del prodotto, mantenendo calda la pizza fino a 20 minuti in più rispetto al normale.

Il pizzaiolo decide di rivolgersi ad Inpact per salvaguardare la propria pizza. Il valore della pizza è l'insieme di tutto ciò che fai; dall'impasto, alla scelta dei condimenti fino ad arrivare alla consegna: tutto ciò rende giustizia ad una pizza di qualità."





Forni Valoriani,
da oltre 100 anni
al vostro servizio

Fornace dal 1890

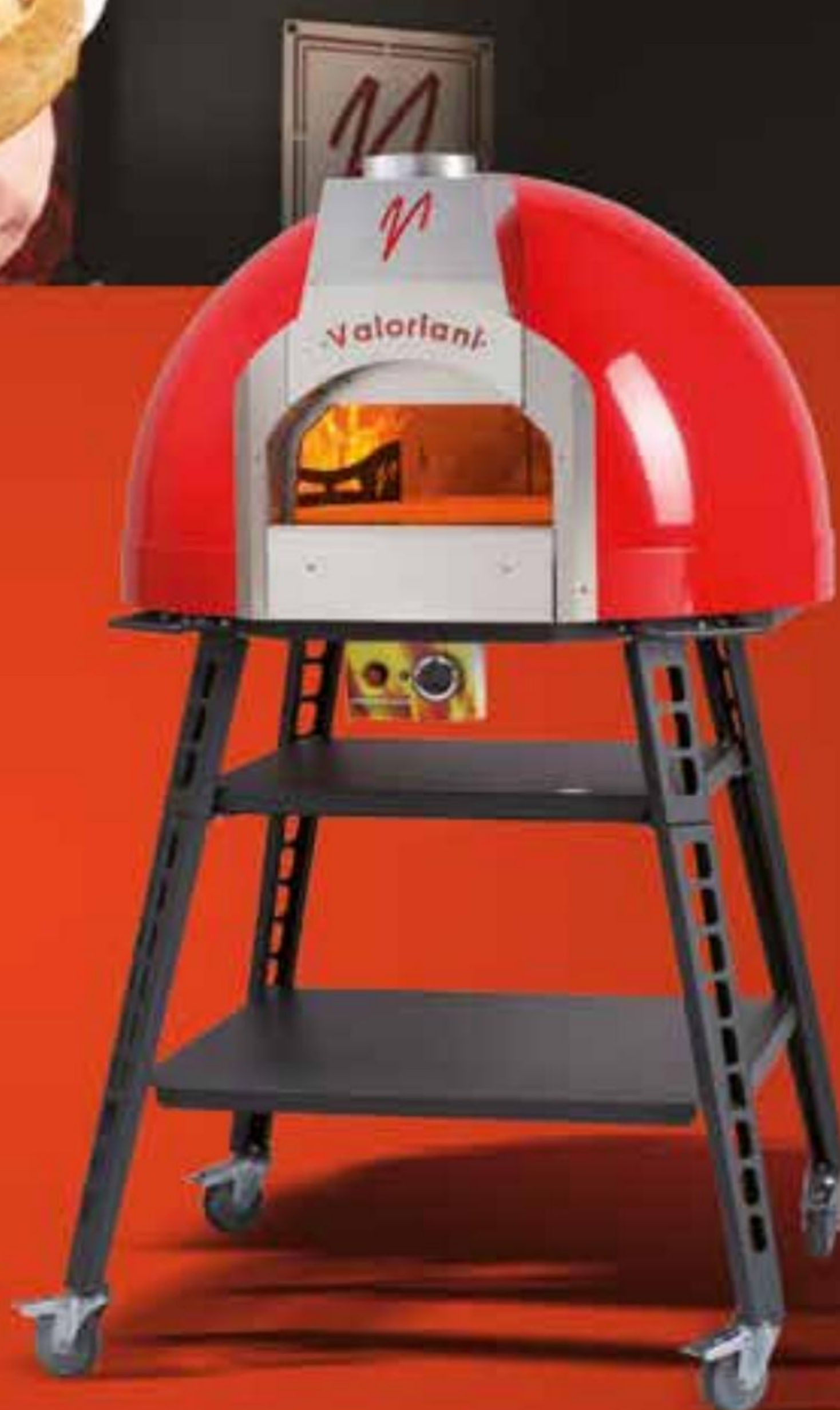


Refrattari Valoriani Srl

Via Caselli alla Fornace, 213 - 50066 Reggello (Fi) - Italy

Tel. +39.055.868.069 - valoriani@valoriani.it

www.valoriani.it



della Dott.ssa
Marisa Cammarano,
biologa nutrizionista

Mangiare a casa come scegliere bene il nostro menù da asporto



Nel mondo occidentale 1 persona su 4 consuma cibo da asporto almeno una volta la settimana e con il lockdown la tendenza è stata in netta crescita. Il settore del cibo da asporto e delle consegne a domicilio ha subito, quindi, un incremento esponenziale del volume d'affari, anche e soprattutto grazie alle piattaforme dei food delivery che permettono all'utente di avere accesso ad una vasta gamma di scelte. Sempre più locali, infatti, scelgono di entrare nel mondo del food delivery per garantirsi visibilità ed, anche, una clientela maggiore rispetto a quella raggiungibile con i sistemi tradizionali. Il cibo a domicilio, però, non deve essere più sinonimo di cibo spazzatura.



L'etichetta trova origine nelle caratteristiche nutrizionali dei piatti preferiti per il take away, quelli americani, come noto nella maggior parte dei casi ipercalorici e dannosi alla salute. Tuttavia, non è giusto generalizzare, perché esistono molti piatti takeaway che fanno parte delle diete popolari da cui tutti possono trarre beneficio quando implementati nella propria dieta giornaliera. Il fenomeno della consegna a domicilio, difatti, rimarrà anche dopo la pandemia un must per i ristoranti, al quale non si potrà più rinunciare. Ordinare i pasti, però, non deve annullare gli obiettivi alimentari sani prefissati oppure ostacolare l'adozione di diete bilanciate ed idonee

alla cura di determinate patologie. Con il giusto "know how" e la giusta attenzione alle materie prime impiegate nella preparazione dei pasti, è possibile scegliere tra le opzioni più salutari disponibili per ogni tipo di cucina e, al tempo stesso, sostenere le attività commerciali locali che nel momento storico attuale si trovano in condizioni di difficoltà economica. La regola fondamentale è, anche in questo caso, quella di non eccedere, quindi non usufruire del take away più di due volte la settimana. Quando si ordinano cibi da asporto più sani, in modo intelligente, è utile porre qualche domanda in più al ristoratore sui metodi di cottura e sugli ingredienti. Tuttavia, per uno stile di vita sano anche nel food delivery, è necessa-

rio prestare attenzione ad alcuni accorgimenti consigliati dai medici e dagli specialisti della nutrizione. Quando un piatto viene cucinato a casa, si possono regolare dosi, condimenti, leggere valori nutrizionali sulle etichette, equilibrando tutti i nutrienti, invece, i cibi pronti sono più ricchi in sale e calorie e meno ricchi in nutrienti e quindi il loro consumo abituale può comportare il rischio di sovrappeso oppure di obesità. Per esempio una porzione di purea di patate istantaneo ha un contenuto 20 volte maggiore di sale rispetto ad una porzione casalinga. Non aggiungere, quindi, altro sale. Se si sente l'esigenza di insaporire, sono preferibili le spezie. Meglio, dunque, affidarsi a ristoranti di fiducia oppure al cibo da strada, preparato con ingredienti semplici. Se non si resiste alla tentazione del fast food, è consigliabile rifornirsi dalle catene che hanno implementato pratiche di promozione della salute: riduzione del sale, condimenti a minor contenuto di grassi (ad esempio la maionese low fat). Se in famiglia ci sono bambini, è opportuno scegliere opzioni che contengano anche cibi "buoni" (fette di frutta, yogurt). Bisogna anche variare gli alimenti, anche se, non è il singolo pasto che fa la differenza, ma scelte alimentari equilibrate nel tempo. Consumando spesso cibo da asporto è importante variare le ordinazioni magari rivolgendosi a locali con differenti cucine (vegetariana, carne, pesce, ecc.). L'obiettivo è ricalcare nel lungo periodo il modello della piramide alimentare della Dieta mediterranea.



Inoltre, il suggerimento è di ricercare sempre informazioni nutrizionali e di corretta conservazione del cibo per esempio l'abbattimento e la catena del freddo per il pesce crudo, oltre che la tracciabilità degli alimenti. Anche per l'asporto, non bisogna, ovviamente, dimenticare i principi della Dieta Mediterranea. Circa la metà delle calorie assunte con l'alimentazione dovrebbe provenire da cibi ricchi di carboidrati, come cereali, riso, pasta, patate e pane: è una buona idea includerne almeno uno ad ogni pasto. Alimenti integrali come il pane, la pasta, i cereali integrali contribuiscono al nostro fabbisogno di fibre. La frutta e la verdura sono fra le fonti più importanti di vitami-

ne, minerali e fibre. Un bicchiere di succo di frutta fresca oppure un frutto rappresentano uno snack ideale. Un bicchiere di vino durante il pasto può avere effetti benefici, come ci ricordano i dettami della Dieta Mediterranea, ma attenzione a non abusarne in quanto può diventare un gran nemico del benessere psicofisico. Il forno a microonde correttamente usato presenta pochissimi rischi per la salute. Anzi, la cottura a microonde, essendo più rapida, è in grado di preservare i micronutrienti contenuti negli alimenti rispetto ad altri tipi di cottura. Se si utilizza il forno a microonde, però, evitare contenitori in melamina che possono rilasciare sostanze tossiche durante la cottura.

Sanfelici

PRODOTTI ALIMENTARI DI ALTA QUALITÀ



Distribuiamo all'ingrosso **eccellenze alimentari** per la miglior ristorazione italiana.

Una sola frase per descrivere l'azienda ed il nostro operato: **selezione e ricerca di prodotti alimentari di alta qualità!**

100% *Sapore italiano*

Dalla nostra linea **aperitivi** fino ai **primi piatti**, dai **salumi** alle nostre inimitabili **pizze**, il nostro obiettivo è sempre lo stesso: offrire ai nostri Clienti **il massimo dell'italianità.**

Riparti con noi!

SEDE OPERATIVA E SHOWROOM: via Tadesa, 2/A - San Fermo di Piubega (MN)
Tel: 0376 655737 - Fax: 0376 655014 - Email: info@sanfelici.it - vendite1@sanfelici.it

www.sanfelici.it



Un'altra delle regole fondamentali quando si ordina cibo da asporto, scegliendo piatti salutari e bilanciati, è controllare le porzioni per evitare di assumere maggiori quantità di cibo rispetto al necessario e di sprecare alimenti che, se avanzati, si trasformerebbero in rifiuti. La mancanza di consapevolezza sulle dimensioni delle porzioni è spesso la ragione per cui le persone lottano per controllare il proprio peso. Negli ultimi anni, numerosi studi hanno dimostrato come le dimensioni delle porzioni del cibo da asporto siano aumentate, un fattore chiave da non sottovalutare per l'insorgenza di alcune patologie come obesità, diabete, disturbi cardiovascolari, gastrointestinali, ipercolesterolemia. In tal proposito è utile conoscere i cibi di stagione in grado di regolare i livelli di zucchero nel sangue e tenere sotto controllo il diabete o prevenirne l'insorgenza. Un piatto sano deve comprendere:

- $\frac{1}{4}$ di proteine - Come carne magra, pesce, pollame, uova o legumi.
- $\frac{1}{4}$ di cereali integrali - Come pasta, pane.
- $\frac{1}{2}$ di verdure, come insalata, ortaggi misti o verdure cotte.

Quando si scelgono i cibi da asporto, privilegiare anche i functional food che migliorano l'invecchiamento cutaneo oppure quelli che contengono poco sodio, che se assunto, come detto, in grandi quantità, può essere nocivo e spesso il desiderio di sale nasconde altri problemi. Il pranzo da asporto, concludendo, può avere caratteristiche che ne fanno un pasto prelibato, genuino e salutare. Perché la genuinità può andare a braccetto con la golosità, al di là delle convinzioni comuni e degli stereotipi. Tutto dipende, anche, dal modo in cui vengono sapientemente preparati i piatti, e soprattutto dalla qualità degli ingredienti selezionati.

Buon senso, esperienza, accortezza e sapienza nella scelta degli ingredienti e dei metodi di preparazione e cottura fanno, dunque, la differenza tra un pranzo da asporto sano ed uno che non lo è.



Cibus 22 boom di visitatori per la fiera della ripartenza

Molino Naldoni
Via Pana 156, Faenza (RA)
naldoni@molinonaldoni.it



Ai molti che ci hanno chiesto quale sia stato il bilancio di Cibus 2022, rispondiamo che consideriamo questa fiera come l'"inizio della ripartenza". Benché Molino Naldoni non abbia mai smesso di partecipare ad eventi e fiere in tutto il mondo, negli ultimi due anni sono state poche le occasioni di networking e ancora meno le concrete possibilità di costruzione di nuovi progetti e collaborazioni. Questa edizione di Cibus ha riportato alla ribalta i prodotti italiani. Sono gli espositori ad aver fatto la differenza ed il pubblico ha premiato le aziende facendo ritrovare il valore della relazione, dimenticando paure e reticenze: padiglioni pieni, affluenza da record! Abbiamo riscoperto il piacere di incontrare i nostri clienti italiani ed esteri, l'entusiasmo di presentare ai nuovi potenziali partner i nostri prodotti e i valori che muovono le nostre scelte quotidiane.

Finalmente possiamo azzardare quell'ottimismo che ci ha sempre contraddistinto. Oggi siamo ancora più consapevoli delle difficoltà, ma affrontiamo il mercato forti dei nostri valori e ancora più convinti dell'efficacia delle nostre scelte strategiche. Grazie al lavoro degli ultimi 20 anni sulle filiere italiane, siamo arrivati a macinare oltre l'86% di grano italiano, puntando sul marchio **Italice®** 100% grani italiani, che esprime l'amore per il nostro Paese e la continua ricerca di qualità senza compromessi. In Molino Naldoni si lavora per la sostenibilità ed il territorio con **Le Farine del Pastatore®**, romagnole a chilometro zero da certificazione di filiera UNI EN ISO 22005, una sfida nata nel 2003 che continua a distinguerci sul mercato e ci consente di saldare il legame con la nostra terra. Molino Naldoni, La Farina Ad Arte telefono: 0546 40002 www.MolinoNaldoni.it

Prosciutto Toscano

— DOP —

UN SALUME D'ECCELLENZA

Il Prosciutto Toscano DOP si distingue per la sapidità dovuta all'utilizzo di spezie e aromi durante la salatura ed è inconfondibile per la particolare rifilatura e la presenza di pepe sulla superficie. Per la lavorazione si impiegano suini pesanti italiani: devono avere almeno 9 mesi di età e un peso vivo tra i 144 ed i 176 chilogrammi. La lavorazione, esclusivamente di cosce fresche (non sono ammesse quelle congelate

o sottoposte ad altri trattamenti di mantenimento), è effettuata solo presso prosciuttifici situati in Toscana. La salatura è eseguita a secco con l'impiego di sale, pepe e aromi naturali tipici del territorio. Esternamente si presenta tondeggianti ad arco sulla sommità, di colore scuro (conferito dalla presenza del pepe sulla superficie) e con la corona di grasso di colore giallo paglierino estremamente limitata. Internamente, il colore della

di D.M.





BASI PIZZA IN PALA



**NE ABBIAMO FATTE
DI TUTTI I COLORI!**

10 IMPASTI SPECIALI

100% naturali, lavorate a mano,
alta idratazione, leggere e croccanti!

LIBERA LA TUA FANTASIA, LASCIATI ISPIRARE
casapenelope.it



un' idea di GIANNI CALAON

polpa va dal rosso vivo al rosso chiaro, con scarsa presenza di grasso inframuscolare e con il grasso sottocutaneo compatto e di colore bianco puro con leggere venature rosate. Il sapore è molto caratteristico: un gusto delicato che, arricchito sapientemente dagli aromi locali, ha reso famoso il Prosciutto Toscano DOP.

Il Consorzio conta 20 aziende che si distribuiscono sul territorio, tutte con un canovaccio comune e ognuna con una speciale formula e ricetta: il mix delle essenze utilizzate durante la salatura è infatti gelosamente tramandato di padre in figlio e le tempistiche delle varie fasi sono un patrimonio conservato di generazione in generazione.

Il Prosciutto Toscano DOP è ricco di proteine di alta qualità e minerali come ferro, potassio, calcio, fosforo e magnesio e di vitamine del gruppo B. La carne suina risulta la principale fonte di vitamina B1 dalla dieta e, ad esempio, una porzione da 50 grammi copre più del 30% del fabbisogno giornaliero di vitamina B6 e B1. La componente lipidica totale è ottimale grazie all'elevato contenuto di acidi grassi insaturi, i grassi cosiddetti buoni perché fanno bene alla salute, come ad esempio l'acido oleico.

Nel Prosciutto Toscano DOP si osserva un contenuto lipidico del 22% che scende all'8,8% se si allontana lo strato periferico di grasso. Le proteine presenti sono di facile digeribilità e quindi lo rendono un alleato per una corretta alimentazione. Infine, come da regolamento, sono assenti nitriti, nitrati o conservanti: parliamo quindi di un prodotto totalmente naturale e sano, oltre che buono.

I modi più caratteristici per degustare il Prosciutto Toscano DOP sono i panini fatti con pane toscano e i taglieri con abbinamenti di formaggi e vini tipici del territorio. Il prodotto si caratterizza inoltre per avere un contenuto di umidità inferiore rispetto agli altri prosciutti DOP, accentuandone le caratteristiche di sapidità e rendendolo, allo stesso tempo, particolarmente idoneo a essere abbinato con frutti dolci e succosi come il melone, i kiwi, l'ananas e i fichi.

Area di produzione

Gli allevamenti dei suini destinati alla produzione del Prosciutto Toscano DOP devono essere situati in Toscana e nelle regioni limitrofe previste dal disciplinare (Lombardia, Emilia-Romagna, Marche, Umbria, Lazio). Tutte le fasi della lavorazione sono certificate dall'organismo di controllo IFCQ Certificazioni srl, un ente terzo autorizzato dal Ministero delle Politiche Agricole, Alimentari e Forestali (MiPAAF). Il Prosciutto Toscano DOP dev'essere lavorato unicamente nella tradizionale zona di produzione, che comprende l'intero territorio della regione Toscana. Ed è proprio qui il segreto del suo successo, dato in primo luogo dal

clima perfetto per la stagionatura, caratterizzato da un'altissima frequenza di giornate di sole e dalle "brezze", venti temperati di terra e di mare che soffiano su un territorio protetto dai venti di tramontana dalla catena degli Appennini. Il Prosciutto Toscano DOP si produce dal mare della Versilia, di Livorno e dell'Argentario, alla corona delle Alpi Apuane che si ammorbidiscono nell'Appennino, dove troviamo la Garfagnana e il Mugello. In mezzo le colline regalano vigneti, oliveti e paesaggi famosi in tutto il mondo. Tutto il territorio toscano è vocato alla produzione del Prosciutto Toscano DOP, come riporta anche il disciplinare di produzione.

Processo produttivo



Dodici mesi sono il lasso di tempo minimo affinché il Prosciutto Toscano DOP sia pronto per essere gustato in tutta la sua bontà. Oggi negli stabilimenti il ciclo produttivo è continuo, ma il prosciutto rimane in ogni specifica stanza per la durata dei giorni previsti dalla tradizione. Per ogni fase vengono ricreate nelle stanze di stagionatura le condizioni climatiche di ciascun periodo dell'anno, rendendo sempre disponibile il Prosciutto Toscano DOP al consumatore.

Selezione e rifilatura. La selezione è volta a scegliere solo le cosce fresche che posseggono i requisiti previsti dal disciplinare di produzione; l'obiettivo è ottenere un prodotto di alta qualità. Non sono ammesse cosce congelate o sottoposte ad altri trattamenti di mantenimento. Terminata questa prima fase si procede alla rifilatura: si effettua il tipico taglio a V per eliminare la cotenna e scoprire maggiormente la parte magra della coscia eliminando il grasso sottocutaneo nella cosiddetta "corona" in modo che, a stagionatura ultimata, non sporga più di 8 centimetri

oltre la testa del femore. Il peso della coscia fresca rifilata non deve essere inferiore a 11,8 chilogrammi.

Salatura. Entro cinque giorni dalla macellazione, le cosce vengono salate a mano e a secco su tutta la superficie con una miscela di sale unito a pepe, aglio, alloro, rosmarino, bacche di ginepro e altri aromi tipici del territorio toscano; le cosce vengono poi massaggiate con attenzione per favorirne l'assorbimento e messe a riposare in posizione orizzontale per 3-4 settimane a una temperatura compresa fra 0° e 4°. Non è ammesso l'utilizzo di additivi e conservanti.

Prestagionatura. Le cosce vengono messe a riposare in verticale in appositi locali di stagionatura a temperatura controllata per 3 mesi.

Sugnature. Dopo circa 3-4 settimane di riposo a bassa temperatura, si ricoprono i prosciutti con la sugna: un impasto di grasso di maiale macinato a cui si aggiungono farina di riso, sale e pepe, quindi un composto completamente naturale.

Stagionatura. La fase di stagionatura avviene in apposite sale, a una temperatura



compresa tra i 12° ed i 25°C: in questi spazi, i prosciutti maturano lentamente, sviluppando tutti quegli aromi e sapori particolari che contraddistinguono il Prosciutto Toscano DOP. Il periodo di stagionatura non deve essere inferiore a 12 mesi.

Spillatura. Durante il processo si analizzano l'umidità ed il sale e, se i parametri sono corretti, con la spillatura si verificano le caratteristiche olfattive del prodotto. Tradizionalmente, per questa fase il norcino utilizza la fibula, un ago di osso di cavallo, che viene inserito in vari punti del prosciutto. L'impiego dell'osso è ancora oggi ottimale per prelevare l'aroma perché è sufficientemente duro e resistente per sopportare le operazioni di inserimento ripetuto nei prosciutti stagionati, compatti e consistenti. È particolarmente adatto all'uso in quanto inerte e inodore, con una porosità adatta ad assorbire e trattenere l'aroma per breve tempo, potendo così essere utilizzato in più punti e su più prosciutti senza richiedere operazioni di pulizia.

Marchiatura. Il marchio a fuoco raffigurante il profilo della regione Toscana, le 4 stelle e la scritta Prosciutto Toscano DOP garantiscono la qualità del prodotto e il rispetto del disciplinare di produzione. Ogni prosciutto che viene marchiato a fuoco è pronto per essere pepato.

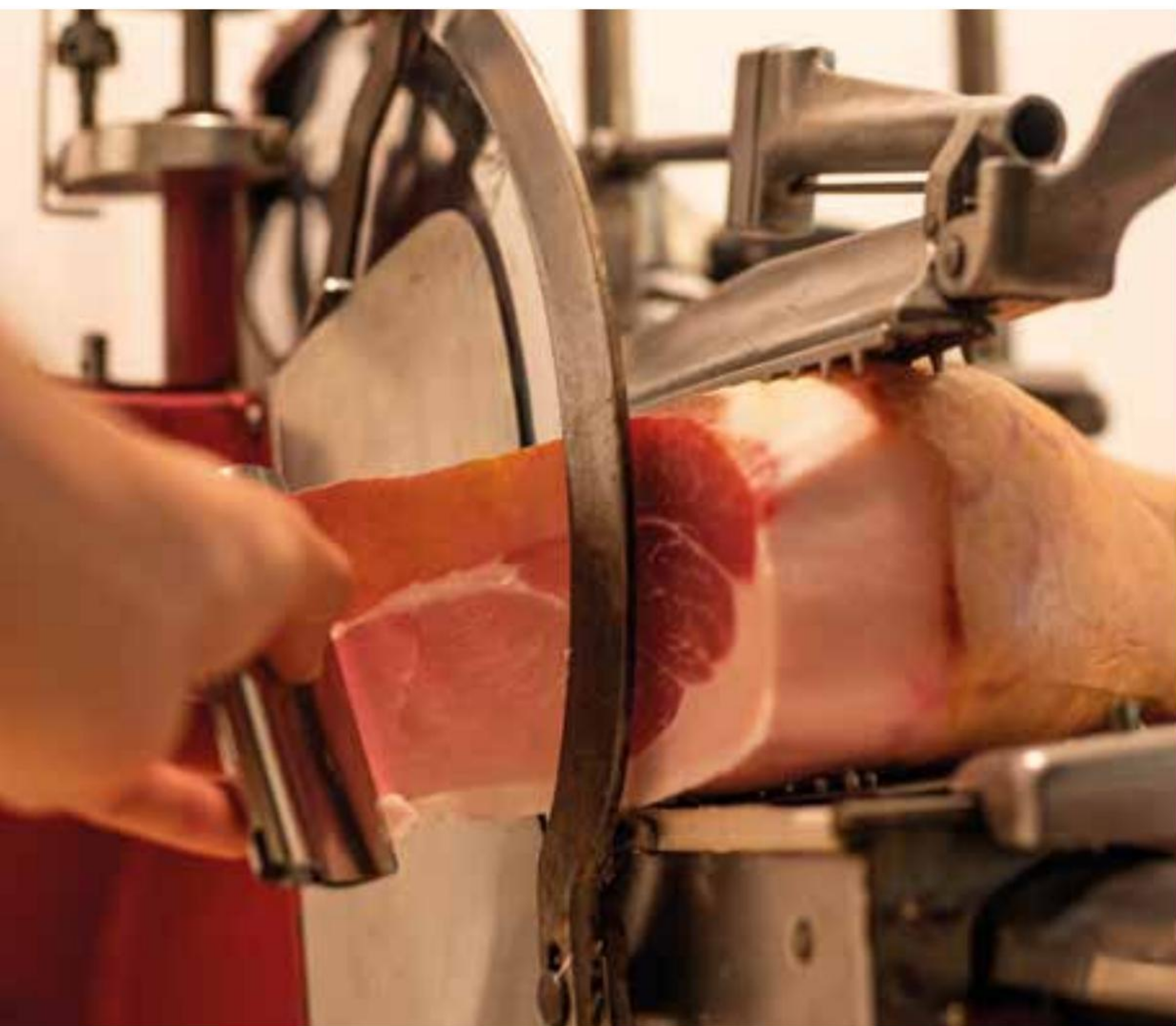
Pepatura. Il pepe nero viene sparso con abbondanza sulla parte magra del prosciutto. Questo è un elemento distintivo del Prosciutto Toscano DOP. Una curiosità: in passato il pepe era indispensabile per prevenire l'attacco degli insetti durante la conservazione in cantina.

Taglio. La degustazione tipica del Prosciutto Toscano DOP inizia con il rituale del taglio a mano. Questo è infatti il modo migliore e tradizionale per gustarne il profumo e l'aroma: la lama fredda di un coltello lungo e sottile, affilato perfettamente, permette infatti di conservare ed esaltare tutti i sapori. Non esiste una tecnica di taglio a coltello unica ed universalmente valida. Le variabili sono tantissime e dipendono da numerosi fattori come la tipologia del prosciutto, la stagionatura e la tradizione. Per il Prosciutto Toscano DOP si predilige il taglio all'italiana che prevede fette sottili, intere e lunghe.



Il Consorzio di tutela

Nel 1990, dalla ferma volontà di un gruppo di produttori, consapevoli della necessità di proteggere la tradizione, nacque il *Consorzio del Prosciutto Toscano* con lo scopo di promuovere, valorizzare e tutelare il prodotto sul mercato italiano ed estero, esaltandone lo stretto legame con il territorio. Il 2 luglio 1996, esattamente 26 anni fa, grazie al rispetto per la tradizione alimentare toscana di tutti i consorziati e al consolidarsi del loro impegno nell'aderire al rigoroso disciplinare di produzione e tracciabilità, il Prosciutto Toscano ha ottenuto il riconoscimento comunitario della DOP (Denominazione di Origine Protetta). Da allora, i prosciutti possono ottenere il marchio a fuoco raffigurante la regione Toscana e le quattro stelle, che contraddistingue il Prosciutto Toscano DOP e ne garantisce la qualità, solo se vengono rispettate rigide prescrizioni. Il controllo della produzione è effettuato da un Organismo autorizzato dal Ministero delle Politiche Agricole e Forestali che verifica il rispetto da parte di tutti i produttori delle regole previste nel disciplinare.



L'importanza per il mondo



della formazione della birra artigianale

I prodotti agroalimentari di qualità, non sottoposti a processi di trasformazione industriale, rappresentano l'eccellenza del settore food & beverage, collocandosi in una nicchia di mercato in cui è percepibile l'alta qualità ad un prezzo sicuramente più alto rispetto agli equivalenti prodotti industriali. Senza la consapevolezza della qualità, non è facile giustificare la differenza di prezzo tra i prodotti artigianali e quelli industriali. Tra le categorie merceologiche che occupano questo spazio, troviamo la birra artigianale.

di Alfonso Del Forno

SWEET POTATO FRIES



Accendi il tuo menu con le
nostre Sweet Potato Fries!

FARM FRITES[®]
the fresh taste of the land

LA BIRRA

Nel nostro paese, la birra artigianale è definita dalle normative con parametri chiari, che mettono fine alla cattiva informazione di chi utilizzava il termine “artigianale” in maniera ingannevole, confondendo il cliente finale.

Dal 2016, in Italia è entrata in vigore una norma che definisce la “birra artigianale” come quel prodotto realizzato nei birrifici che rispettano quattro semplici parametri: il birrificio deve essere indipendente, cioè non deve essere di proprietà di altri birrifici, piccoli o grandi che siano; non deve superare una produzione annua di 200.000 ettolitri; la birra non deve essere pastorizzata e non deve essere microfiltrata. In un settore come quello della birra, in cui la potenza mediatica dei grandi gruppi industriali è decisamente più elevata rispetto a quella dei micro-birrifici artigianali, una delle armi in

mano ai piccoli produttori indipendenti è quella di stimolare la consapevolezza dei consumatori. Affinché si possa raggiungere questo obiettivo, è necessario operare sui territori con azioni informative e formative molto capillari, così da raggiungere quanti più consumatori possibili. Unionbirrai, Associazione di Categoria dei piccoli produttori indipendenti, punta alla diffusione della cultura brassicola e alla creazione di consumatori consapevoli sin dalla sua fondazione, offrendo più livelli formativi, così da poter intercettare sia il consumatore medio che quello appassionato. Fare formazione non significa solo creare degustatori di birra, come nel caso dei corsi di primo e secondo livello, propedeutici al conseguimento del titolo di Unionbirrai Beer Taster (UBT), ma anche educare i consumatori al consumo consapevole della birra, sia in termini qualitativi che quantitativi.

SPITFIRE®

BORN TO BURN



CONTATTACI PER UNA
CONSULENZA GRATUITA

Lasciati conquistare dalla tecnologia innovativa di **SPITFIRE New Generation**, il bruciatore a gas perfetto per esaltare il sapore della tua pizza mantenendo inalterato il gusto, l'aspetto e la fragranza di sempre.

SPITFIRE New Generation è un prodotto **GREEN**, permette di ridurre del 70% le spese di gestione del tuo forno nel pieno rispetto dell'ambiente e della natura.

L'INNOVAZIONE CHE RISPETTA LA TRADIZIONE

UNA LINEA COMPLETA PER SODDISFARE TUTTE LE VOSTRE ESIGENZE

SILVER
SPITFIRE
NEW GENERATION

GOLD
SPITFIRE
NEW GENERATION

SPITFIRE
NEW GENERATION

SPITFIRE
next

I prodotti SPITFIRE sono adatti ad ogni tipo di forno a legna

SPITFIRE New Generation è approvato da:

- Aziende di Servizi HACCP
- AIC Campania (Associazione Italiana Celiachia)
- AVPN (Associazione Verace Pizza Napoletana)
- Prodotto certificato CE - DVGW - ETL - UL - CSA - AGA



SPITFIRE New Generation **Silver & Gold**
sono impianti certificati in tutto il mondo

MILLBERG

MILLBERG S.r.l.

Via Fiume, 21

24050 Zanica (BG) Italy

Tel. +39 035 525065 • +39 3927630233



Seguici su



www.spitfire.it - www.youtube.com/bruciatorospitfire

SPITFIRE sono prodotti da: **MILLBERG**

LA BIRRA

La formazione è fondamentale anche nell'ottica del consumo della birra, dandole il giusto valore in termini di qualità organolettiche, che permette un approccio al consumo più vicino alla degustazione che alla bevuta dissetante. Nell'ottica di una consapevolezza diffusa, Unionbirrai organizza laboratori di degustazione nelle principali manifestazioni enogastronomiche nazionali, così come nei grandi e piccoli centri della penisola, grazie alla presenza radicata degli UBT in tutte le regioni italiane. Altro canale di diffusione della cultura brassicola è quello che prevede la collaborazione con le scuole a indirizzo enogastronomico, che permette di far conoscere le peculiarità della birra artigianale ai futuri protagonisti della ristorazione. Un esempio virtuoso di questo tipo di approccio è stato sperimentato in Piemonte, nel Liceo del Gusto (Collegio Don Bosco) di Borgomanero, grazie al lavoro svolto dagli UBT regionali. È stata realizzata una serie di incontri con i ragazzi su tema birrario e educazione al bere consapevole, comprendente anche la visita ad un birrificio in zona.

Gli incontri sono terminati con una verifica scritta e pratica finalizzata ad accedere a crediti scolastici da parte dei ragazzi. A valle di questo percorso, il Liceo del Gusto al partecipato, con il supporto di Unionbirrai, al Bando Im.patto, il progetto di Novacoop per l'economia circolare. La partecipazione è stata vincente, vista l'aggiudicazione di un fondo che ha permesso l'acquisto di un impianto pilota per la produzione di una birra artigianale brassata con le materie prime (almeno il luppolo) coltivate direttamente dagli studenti del liceo in serra idroponica. L'impianto avrà una capacità massima di 50 litri e la produzione sarà unicamente a scopo didattico e non di vendita. L'impianto sarà anche il mezzo con cui si svolgeranno corsi di cultura birraia artigianale a cura degli UBT, dei quali beneficeranno tutti i cittadini del territorio, specialmente i più giovani, per un bere consapevole e responsabile.



Illustrazioni di
Antonella Manenti



MADE IN GERMANY

**PIÙ FILTRI,
PIÙ RISPARMI**
(anche sui food truck)



TESTER
QUALITÀ
OLIO



I sistemi di filtraggio per olio di frittura VITO, garantiscono la massima **qualità dei fritti** e il **risparmio di olio** in tutte le cucine.

- Risparmio olio fino al 50%
- Fritti di alta qualità e perfetti nel tempo
- Sicurezza in cucina per gli operatori e semplicità d'uso
- Risparmio di manodopera per la pulizia delle friggitrici

più di
50.000
clienti
soddisfatti

SCEGLI VITO

Chiamaci al
Tel. 0438 460235
Cell. 345 5515644



made
in
Germany



Il Ginepro

28

di Giampiero Rorato

L'unica conifera che regala una spezia particolare amata dalla cucina di selvaggina

Credo sia noto che il ginepro è l'ingrediente fondamentale del gin, tanto da dare il nome a questo liquore. E, dato che ci siamo, aggiungo che "gin" è l'abbreviazione del termine geneva, che deriva dalla parola olandese *jeniver* che significa "GINEPRO". Il nome scientifico di questa piccola conifera è ***Juniperus*** L., ed è un genere di piante della famiglia delle Cupressaceae, diffuso praticamente in tutto l'emisfero boreale (bacino del Mediterraneo, Africa settentrionale, Europa, Caucaso - Antille, Nord America - Giappone, Cina, Himalaya). Gli alberelli del ginepro si trovano soprattutto in terreni montani, fino ai 2000 m d'altitudine, specie in zone sassose e rocciose, non coltivate, anche se questa pianta ha molti amatori ed è coltivabile. La pianta produce annualmente delle bacche che si usano, come prima ricordato, per produrre un distillato (facendo fermentare le bacche e poi distillandole, come si fa con le bucce dell'uva dette "vinacce", per produrre la grappa) o un liquore (in questo caso facendo macerare le bacche in alcol) oppure si impiegano in cucina nella preparazione di alcuni tipi di piatti, come spezie per salse e sughi, piatti di selvaggina e stufati di carne, per i crauti. Gli antichi romani univano le "bacche di ginepro" al pepe, pestando il tutto, ottenendo così delle miscele speziate. Nel

Medioevo i signori facevano bruciare le bacche nelle loro dimore per purificare e profumare l'aria, poi a iniziare dal 1600 si cominciò a distillarle producendo così "la rovina delle madri" come era allora chiamato il gin in Gran Bretagna. Secondo qualche vangelo apocrifo e la letteratura nata nel corso del Medioevo sulla vita di Gesù Bambino, si tramanda che Gesù si sarebbe nascosto dai soldati di re Erode che lo cercavano per ucciderlo proprio in un siepe di ginepro, da cui l'associazione di questa pianta con i concetti di rifugio e di sicurezza.





Le bacche

Le bacche di ginepro sono pronte per essere raccolte a fine estate e possono essere usate in gastronomia, quindi in cucina o nei laboratori di pasticceria e di gelateria, sia fresche che essiccate. Le bacche essiccate hanno un gusto pulito, fresco e piuttosto dolce, con un retrogusto di pino e resinoso e un sentore agrumato. In cucina, prima dell'uso, solitamente si schiacciano leggermente, per consentir loro di rilasciare il proprio olio (ottimo, come vedremo, anche curativo) che dà un particolare sapore molto gradevole ai piatti cui si accompagna. In cucina, la tradizione insegna ad abbinare le bacche di ginepro soprattutto alla cacciagione di pelo,

dalla lepre al cervo, come anche al maiale selvatico e al cinghiale.

In Scandinavia si abbina alla carne di alce e di renna, mentre in Germania le bacche di ginepro vanno abbinate al piatto nazionale, come dire, il più diffuso, che sono i crauti. In Finlandia le bacche di ginepro servono per aromatizzare una loro birra, chiamata sahti.

Va infine ricordato che la cucina moderna, detta spesso "creativa", in verità più precisamente "fantasiosa", fa ricorso a queste bacche anche nei dessert, infatti si sposa bene con il gelato, trovando il giusto equilibrio tra i diversi sapori.



Usi salutistici

Una consolidata tradizione popolare afferma che le bacche di ginepro hanno proprietà diuretiche e sono in grado di combattere le infezioni urinarie e intestinali; migliorano il processo digestivo riducendo gonfiore intestinale, dispepsia e processi di fermentazione intestinale. Aiutano a lenire il mal di stomaco e hanno proprietà antinfettive, antireumatiche, antifungine e combattono i radicali liberi, sono quindi antiossidanti. Le bacche di ginepro non sono consigliate a chi soffre di malattie renali (nefrite, pielonefrite, insufficienza renale) e in caso di mestruazioni abbondanti. Come si vede, tutto sommato, queste bacche hanno più aspetti positivi che negativi e vanno quindi tenute nella dovuta considerazione da cuochi, gelatieri e pasticceri.



Molini Lario
LAGO DI COMO, 1919

La digeribilità della pizza: la parola a Molini Lario

MOLINI LARIO SPA
Via dei Platani, 609
22040 Alzate Brianza (Co) Italy

La digeribilità della pizza è un tema molto comune. Spesso si riscontra infatti il problema della pesantezza e del gonfiore addominale, che si manifestano dopo averla piacevolmente degustata. Problemi a cui si associano la grande sete e la cattiva digestione. Talvolta ciò che porta a queste cause può essere dovuto al fatto che i tempi di maturazione dell'impasto non sempre sono adeguati al tipo di farina utilizzata e quindi le proteine presenti non terminano il loro processo fermentativo. Di conseguenza, la digestione risulta più lunga e faticosa, causando spiacevoli fastidi. Per favorire la digeribilità è fondamentale scegliere una farina con la giusta forza e il corretto tenore proteico, adeguata ai tempi di lievitazione che si intendono utilizzare.

La linea GranPizza di Molini Lario offre un ampio ventaglio di farine per produrre ottime pizze a seconda delle proprie esigenze di lavorazione e per ottenere un prodotto fragrante, leggero e croccante. I grani utilizzati per le farine della linea pizzeria vengono attentamente selezionati per ottenere farine equilibrate costanti

nel tempo, elemento fondamentale per ottenere un prodotto finito sempre ben lievitato, leggero e digeribile. Le farine Gran Pizza ben si adattano a tutte le lavorazioni del pizzaiolo professionista, anche il più esigente.

Perfecta, l'ultima nata di questa linea, ad esempio, è una farina di Tipo 00 per lievitazioni medio-lunghe che prevede dei tempi di maturazione da 36 ore 72 ore a temperatura controllata di 4-6°.

Per lavorazioni dirette, con tempi di maturazione superiori alle 60 ore a temperatura controllata di 4-6°, si può invece utilizzare la farina Premium, ideale anche per bighe e pre-impasti.

Nel caso in cui si avesse invece la necessità di lavorare con tempi più brevi, la Leggera GranPizza, sarà la farina perfetta per ottenere pizze leggere, fragranti e digeribili anche con tempi di lavorazione più brevi, dalle 6 alle 8 ore in ambiente, o 18-36 ore a temperatura controllata di 4-6°.

Per saperne di più sulla linea GranPizza:
www.molinilario.it

Melanzane e peperoni: arriva l'estate

Ci sono ortaggi che annunciano l'arrivo delle stagioni con personalità e identità: è il caso di melanzane e peperoni, che come pochi altri aprono le porte all'estate. In un ideale viaggio tra le regioni italiane, visto il gran numero di varietà presenti sul territorio, passiamo allora in rassegna le principali varietà di melanzane e peperoni, aprendo ad infinite possibilità gastronomiche.

di Caterina Vianello

melanzana ovale nera/bianca

È il tipo più noto, quello che si associa comunemente all'idea platonica, verrebbe da dire, di melanzana. E qui si va in Sicilia, per due varietà che richiamano immediatamente la pasta, i pomodorini e il sugo. La prima è la durona nera di Palermo, con polpa soda e pochi semi, mentre ci si sposta ad Agrigento per la sciacchitana nera, più tonda e leggermente costoluta.

In contrapposizione cromatica, ecco la melanzana ovale bianca: colore lattiginoso, consistenza carnosa e sapore delicato, è adatta a tutte le preparazioni classiche compresa griglia e arrosto.

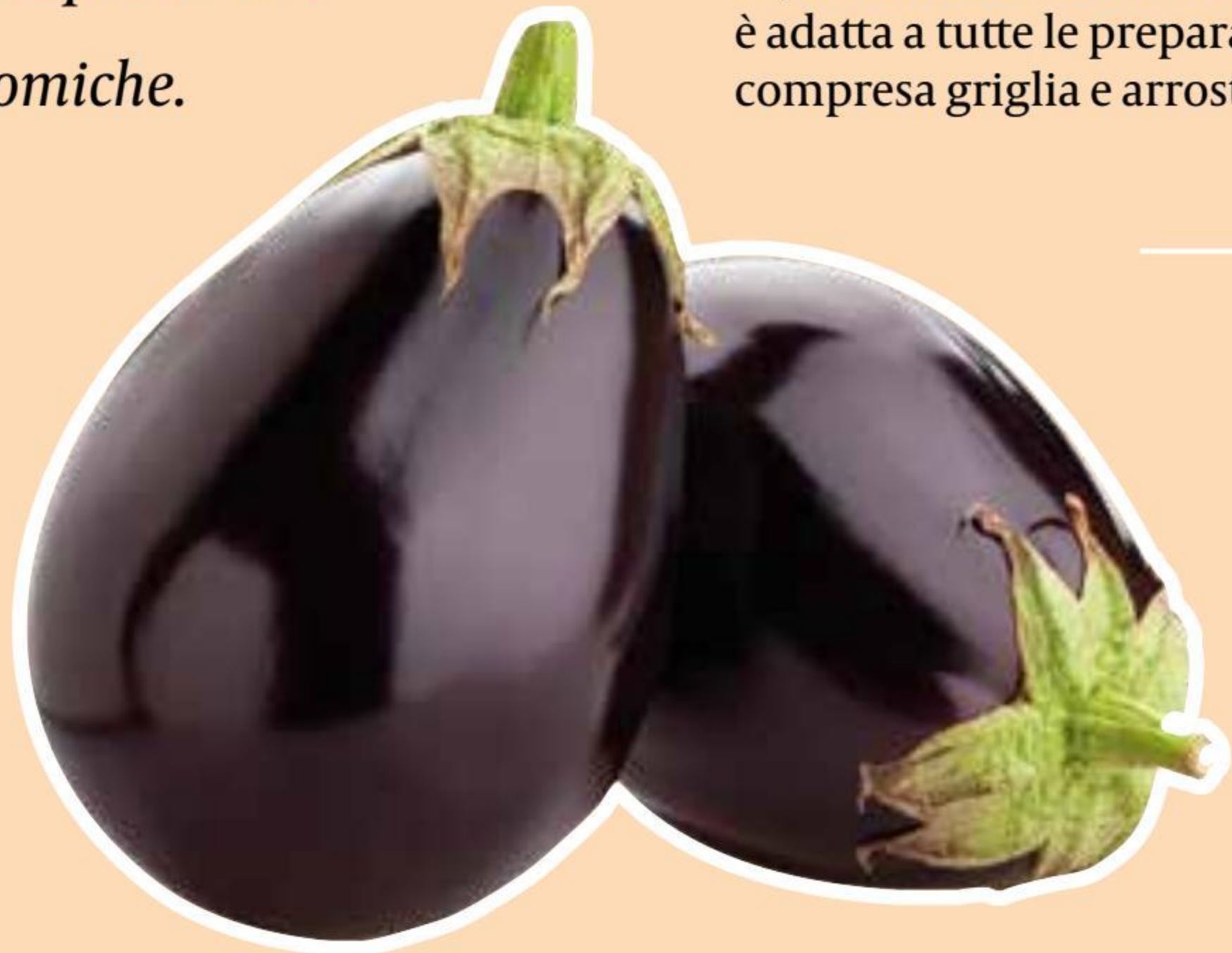


melanzana lunga violetta

Se scarsità di spine e polpa gustosa sono caratteristiche trasversali per la violetta, quella lunga violetta napoletana ha forma più affusolata e sapore piccante, mentre quella palermitana, cultivar precoce siciliana, è più tondeggiante.

melanzana lunga nera

Ha forma cilindrica e affusolata, colore scurissimo e notevole versatilità di preparazione. La melanzana lunga nera è perfetta per diventare crema, involtino al forno o destinata a frittura dorata.





melanzana tonda viola

Il colore tende al fucsia e le due varietà principali sono la prosperosa, non a caso riconoscibile per le dimensioni generose, oltre che per il colletto bianco in prossimità del gambo, è zuccherina, dalla polpa di colore bianco della polpa e dal sapore dolcissimo. Consumata come contorno, in padella, trifolate con aglio e prezzemolo, o al forno accompagnata da pomodorini, è goduriosa anche nella semplicità.

melanzana tonda sfumata rosa

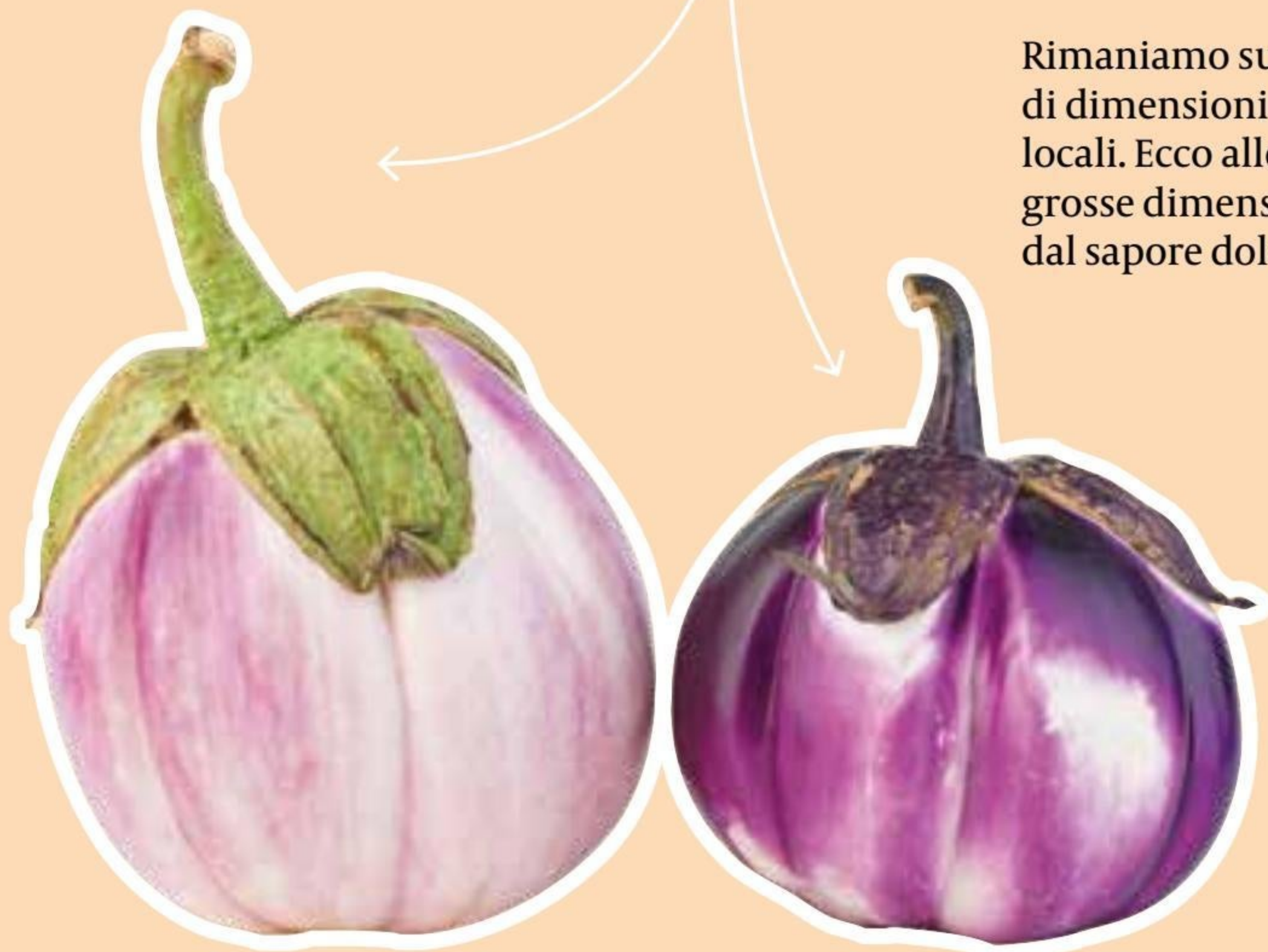
Tra le tonde, ma anche tra le altre tipologie, è certamente la più delicata fra tutte. Ha polpa soda e compatta. Perfetta per cottura alla griglia e frittura, ha sapore deciso e ottima consistenza.

melanzana zebrina viola

Con le sue caratteristiche striature bianche su sfondo viola, la zebrina ha un valore cromatico prima ancora che gustativo. Si trova in tutta Italia ma è al Sud che si trasforma in ricette golosissime.

melanzana violetta

Rimaniamo sui toni del viola per una declinazione di dimensioni e forme (nana, tonda e lilla), e varietà locali. Ecco allora la fiorentina, rotonda, compatta e di grosse dimensioni, o la messinese, dalla forma ovale e dal sapore dolce.



melanzana rossa

di Rotonda

Ortaggio a marchio Dop, viene prodotta in Basilicata, nell'area del massiccio del Pollino, nei comuni di Rotonda, Viggianello, Castelluccio Superiore e Castelluccio Inferiore. Vanta una storia decisamente particolare: ha infatti origini africane. Durante il periodo del colonialismo, molte famiglie di Rotonda si trasferirono nei nuovi territori conquistati dal regime fascista per trovare lavoro. Nel 1935, prima dello scoppio della guerra di Etiopia, chi tornò in patria portò questa particolare melanzana che si adattò talmente al territorio da differenziarsi dalle specie africane da cui derivava (stesso colore arancione ma senza striature e più allungata). Quella di Rotonda infatti è simile al pomodoro, e non a caso nel dialetto locale il nome è merlingiana a pummadora. Ha consistenza spugnosa tipica delle melanzane, polpa carnosa e profumo intenso e fruttato, che ricorda il fico d'India. Il sapore è piccante con finale amarognolo. Tradizionalmente, le melanzane di Rotonda si conservano nzerzate, cioè legate a grappoli e appese sotto tettoie ad asciugare. Si consumano fritte e aromatizzate con menta e aglio; accostate al caciocavallo podolico per condire la pasta o mescolate alla salsiccia per fare polpette. Ottime anche sott'olio e sotto aceto. Si utilizzano anche le foglie, più tenere rispetto a quelle delle altre varietà.



Accanto alle melanzane, sono i peperoni, con i loro colori sgargianti, a farci capire che l'estate è alle porte. Originari del mesoamerica e appartenenti alla famiglia delle Solanacee, i peperoni sono un concentrato di proprietà: diuretici, antiossidanti e ricchi di vitamine (A e C), potassio e fibre. In Italia siamo fortunati: le varietà sono molte e ognuna con le sue specificità. In generale il peperone è dolce e si

distingue in particolare per i colori (verde, giallo, rosso, arancione, violetto) e le forme differenti (quadrata, allungata, conica, globosa).

Partiamo dal Piemonte, che riserva sorprese gustose. Il più noto è forse il peperone Quadrato di Asti, dalla forma regolare e scanalata, colori accesi, sapore intenso e buccia spessa e succosa, seguito dal peperone di Capriglio. La zona di riferimento è il Monferrato, per una varietà che è Presidio Slow Food, coltivata da oltre due secoli e tenuta in vita da pochi produttori. Ha forma di cuore, buccia spessa e carnosa: la ricetta perfetta è quella dei peperoni sotto vinaccia, conservati in una soluzione di acqua bollente, aceto e sale con l'aggiunta finale delle bacche esauste di Freisa, il vino rosso locale. Ecco poi il peperone di Carmagnola Igp, cui afferiscono cinque varietà: il Quadrato a quattro punte, il Quadrato Allungato, il Tomaticot (simile ad un pomodoro), il Trottola a forma di cuore, e il Corno di Bue, lungo e triangolare. Colori accesi, sapore dolce e polpa spessa e consistente sono caratteristiche trasversali a tutti. A marchio Dop è il peperone di

Pontecorvo (provincia di Frosinone): colore rosso acceso, forma "a cornetto" e buccia sottilissima, che si traduce in una maggiore digeribilità, particolare non secondario visto il sapore dolce e sapido di questo prodotto, che induce al consumo in quantità. Piccolo e rosso è il peperone dolce di Altino. Il contesto geografico è quello della provincia di Chieti, sulla valle dell'Aventino. Presidio Slow Food, ha la peculiarità di crescere con la punta rivolta verso l'alto: una volta maturi, i peperoni vengono legati con lo spago in una grossa collana per farli essiccare al sole, quindi tostat, fritti o polverizzati nei tipici mortai. Si consumano in genere come briciole croccanti dolci, o come colorante naturale di pane, pasta e ventricina. Altro peperone che cresce con la punta in su è quello di Polizzi Generosa: piccolo e verde, Presidio Slow Food, si gusta crudo in insalata o arrosto con un filo d'olio extravergine, olive e pecorino fresco.



*Per fare un'ottima pizza
ci vuole un'ottima mozzarella*

**Formaggi freschi a pasta filata e
mozzarella di bufala in vari formati.**

Una vasta gamma di prodotti per
ristoranti e pizzerie.

- Mozzarella per pizza in filoni, cubettata e julienne
- Mozzarella di Bufala Campana DOP
- Specialità casearie: Burrata, Stracciatella
- Mozzarella Fior Di Latte
- Formaggi filanti e affumicati
- Preparati alimentari



*Scarica il
catalogo prodotti*



www.tanagrina.com

Industria Alimentare Tanagrina S.r.l.
Via della Sorgente 84030
San Pietro Al Tanagro, SA - Italy
+39 0975398100 / +39 0975 398201
commerciale@tanagrina.com



Corno di Toro giallo

Animo delicato, buccia sottile e colore squillante: sono le caratteristiche del Corno di Toro giallo, peperone cornetto molto produttivo, lungo oltre 20 cm. Ottimo in padella come contorno o negli spiedini di verdure grigliate.

peperone Topepo

Coltivato soprattutto in Calabria, è soprannominato "peperone pomodoro" per via di una forma tonda e globosa, liscia e di colore rosso. Ha polpa spessa e molto dolce, perfetta per accogliere ripieni e farciture.

peperone Sigaretta-biondo

Forma stretta, lunga e affusolata per i peperoni Sigaretta Biondo, tipici del Nord Italia. Dal sapore dolce, sono impiegati in genere per il sottaceto.

peperone Nostrano

Colore verde chiaro e due province di provenienza, quelle di Mantova e Piacenza per il peperone Nostrano, dal sapore dolce e delicato. Se il Mantovano è più squadrato e scanalato, il Piacentino è più allungato.



peperone di Senise Igp

Se i peperoni cruschi - eccellenza della gastronomia lucana - non hanno bisogno di presentazioni, forse non tutti sanno che la loro origine è il peperone di Senise Igp, varietà coltivata nell'area del Parco Nazionale del Pollino. Piccolo e di colore rosso acceso, è poverissimo di acqua, perfetto quindi per essere essiccato. I tipi da cui si ricava il *crusco* sono l'Appuntito, il Tronco e l'Uncino. Il Appuntito e Uncino hanno bacca leggermente deformata con costole poco evidenti e apice a punta; mentre il Tronco la bacca ha forma di cono, con costole molto evidenti e apice tronco. Il colore è verde o rosso porpora. Il sapore è dolce per tutte le varietà. L'essiccazione avviene all'aria, sistemando i peperoni su teli di stoffa o su reti, lontano dalla luce, all'interno di locali asciutti e ben areati, per almeno 2-3 giorni. Vengono poi infilati con il peduncolo, in serie, con spago, con le bacche disposte a spirale angolata, in modo da ottenere le tipiche "collane" o "serte", che devono rimanere esposte al sole fino a quando il contenuto in acqua non si attesta al 10-12%. Le origini del Peperone di Senise IGP risalgono al XVI-XVII secolo: inizialmente la produzione era destinata all'autoconsumo, poi progressivamente si è passati alla vendita. Se i peperoni cruschi si consumano soprattutto fritti, ridotti in polvere sono usati per speziare minestre, pasta o salumi.

papaccella napoletana

Piccola, saporitissima, dalla forma schiacciata e costoluta con una buccia dai colori vivaci e polpa carnosa e dolcissima. La papaccella è uno degli ingredienti che definisce la cucina napoletana: si consuma in conserva ma è buona anche fresca, in padella e al forno. Da ormai diversi anni è una varietà protetta dal Presidio Slow Food.

friggitello Torricello

Rimaniamo in Campania per il *friggitello* o *friariello*: piccolo, allungato e di colore verde, deve necessariamente essere declinato al plurale poiché, visto che si consuma prevalentemente fritto, è impossibile che se ne mangi solo uno. E' ottimo tuttavia anche con la pasta, ripieno, al forno e anche in insalata.



INFIBRA: *le farine buone e innovative per i professionisti della pizza.*

Da **Molino Denti**, una gamma unica di farine prodotte con uno speciale metodo che consente di conservare tutte le parti nobili e le proprietà nutritive del grano

DENTI
DENTI
FARINE, NATURALMENTE.

DENTI
Tel. 0522 350085
commerciale@molinodenti.it
technicalservice@molinodenti.it

Si sa: il segreto di una buona pizza è la farina. Che si tratti di pizza napoletana, romana, al taglio, al metro, di pinsa romana o altro, per ottenere un risultato eccellente bisogna scegliere la farina giusta.

A creare una gamma completa dedicata al professionista ci ha pensato Molino Denti, importante azienda emiliana con sede a Borzano di Albinea (RE) e Vicofertile (PR), specializzata nella produzione di ingredienti di qualità per la panificazione, la pasticceria e il settore pizza e affini.

Si chiama INFIBRA, ed è una linea di farine tutt'altro che convenzionali, ottenute con uno speciale metodo di lavorazione che le rende uniche per gusto, caratteristiche tecniche e nutritive.

“Tutte le farine INFIBRA – spiega Sandra Arcidiacono, Tecnico Ricerca e Sviluppo di Molino Denti – contengono il germe di grano e le parti cruscali, in percentuale diversa in base alla referenza. In genere, queste parti vengono separate e destinate ad altri usi per evitare che possano rendere la farina instabile: noi siamo riusciti a stabilizzarle così da poterle impiegare tutte, rendendo le nostre miscele ricche di fibre, antiossidanti, vitamina D e vitamina E”.

LA LENTA TOSTATURA

Una novità resa possibile dall'applicazione di un metodo generalmente utilizzato per caffè e frutta a guscio: la tostatura. “Per INFIBRA – racconta il tecnico – abbiamo sviluppato una tecnologia speciale che permette di tostare a basse temperature con massima precisione, in modo

da rendere il germe di grano e la crusca stabili. Un metodo all'avanguardia, dove però l'esperienza e l'occhio dell'uomo hanno ancora un ruolo fondamentale. Il risultato è eccezionale: una farina migliore nell'aspetto, nel gusto e con un alto valore nutritivo”.



UN MONDO DI FARINE PER IL MONDO DELLA PIZZA

Tante le referenze, dalla più versatile LINEA CLASSICA, nelle diverse varianti tipo 1 e 2, alle INFIBRA PIZZA, la PRIMAMACINA PIZZA CLASSICA, le CROKKIA e CROKKIA RUSTICA, la MAMMMÀ e le originali CERALI & SEMI. “Il nostro obiettivo – conclude l'esperta – è offrire al professionista ingredienti di alta qualità per dare origine a un prodotto finito ben lievitato, maturo, digeribile, buono e anche bello da vedere. E con la libertà di sperimentare, per creare nuove ricette seguendo il proprio stile”.



Non di solo pizza

Campana di origine, viaggiatrice per passione e cuoca per professione. Sono queste le tre caratteristiche che emergono non appena si incontra lei, Maria Elena Curzio (per gli amici, semplicemente Elena), fondatrice dell'associazione nazionale "Cuoche a domicilio", divenuta uno dei volti televisivi più amati dei canali tematici dedicati al food.

Io, Elena, una cuoca a domicilio.

di C. O.



Elena, come nasce la "cucina a domicilio" e come è cambiata nel corso degli anni?

“La Cucina a Domicilio ha origini molto antiche: i famosi Monsù, grandi cuochi francesi, quando la monarchia decadde, lasciarono la loro eredità di sapere culturale e gastronomico alle Cuoche che gestivano l'economia nelle case dell'alta borghesia. Queste donne si occupavano della gestione della casa, di organizzare la dispensa ed i pranzi: a loro si devono la creazione di diverse pietanze. La più famosa, di cui pure poco si conosce, è Susanna da Lucera ed il fatto che non si conosca il cognome, ma solo il paese di origine, dice molto su come la Storia sia sempre stata scritta dagli uomini.

Susanna creò una brioche salata che divideva i piatti di carne da quelli di pesce nei menù. Poi le Cuoche a domicilio furono per molti anni, in alcuni paesi dell'Italia meridionale, coloro che si occupavano di organizzare i matrimoni e i pranzi importanti nelle famiglie, nei paesi. Erano le depositarie delle ricette delle tradizioni, come dolci e pani cerimoniali. Nel tempo, la figura è cambiata, anche perché non conoscendo l'origine e il ruolo, si è creduto di aver inventato un mestiere, a volte svilendo il ruolo di menestrelle del sapere, di conoscitrici di culture e culture, ridimensionando le donne a “cuoche da asporto”. Per questo, nel 2010 ho fondato l'Associazione Nazionale Cuoche a Domicilio; per ridare la giusta importanza ad un mestiere che rappresenta, come i monumenti, la cultura italiana.”

Quali ricette si propongono oggi quando si va a cucinare in casa degli altri?

“Le cuoche a domicilio dell'Associazione nazionale cuoche a domicilio - e per queste posso rispondere - portano nelle case le ricette della tradizione, avendo cura di proporle con tecniche e conoscenze moderne per condimenti e tecniche di cottura, ma utilizzando i prodotti tipici del territorio, quelli dimenticati, preferendo piccole aziende locali.”

I ristoranti sono costantemente alla ricerca di prodotti che raccontano la territorialità e che siano stagionali: sono regole che valgono anche nella ristorazione a domicilio?

“Soprattutto per la cuoca a domicilio queste regole sono importanti, anzi molte volte creano un percorso gastronomico offrendo anche indicazioni sulle aziende e dove trovarle, fornendo un vero tour gastronomico per la conoscenza del territorio e sono le “testimonial” delle aziende, invogliando a visitare e conoscere i prodotti.”



PULCINELLA NAPULE BABY

Forno elettrico, dalle dimensioni contenute, concepito per la cottura di una o due pizze dal diametro di 33cm



VULKANOS

Forni tradizionali costruiti in materiale refrattario di alto spessore. Disponibile in varie dimensioni e nella versione a legna o con bruciatore a gas

PER I FEDELI ALLA TRADIZIONE



VULKAN

Forni a tunnel con tappeto di cottura in refrattario. Montato su ruote e configurabile per ogni esigenza. Disponibile anche con tecnologia Industria 4.0

PER GLI AMANTI DELLE INNOVAZIONI

La scelta definitiva
MADE IN ITALY



SaCar Forni s.r.l.
Via S.Allende, 72 - 84081 BARONISSI (SA)
Tel: +39 089 955557
www.sacarforni.it - info@sacarforni.it



Che differenza c'è tra ordinare una cena a casa da un ristorante e chiedere invece a una cuoca di venire a casa propria?

“La cuoca a domicilio si sostituisce per un giorno alla padrona di casa, che si dovrà occupare solo di accogliere gli ospiti e conversare con loro. La cuoca farà le veci della padrona di casa nella cura del menù, della decorazione della tavola, nel raccontare attraverso un piatto del menù tradizioni o aneddoti. Quindi c'è molta differenza, nell'ordinare un pasto ed essere accolti, cucinati e raccontati da una cuoca a domicilio: spesso questo non si capisce o si confonde.”

Quanto è importante oggi la comunicazione televisiva e nei media per l'affermazione della propria identità gastronomica?

“La comunicazione è molto importante, bisogna però rimanere fedeli alla propria identità gastronomica, non seguire le mode, o strizzare troppo l'occhio ai facili guadagni solo per rappresentare un'azienda o un'altra. Bisogna rendere protagoniste le ricette, le tradizioni, i prodotti ed i territori, facendo molta attenzione a veicolare informazioni vere e tecniche precise, che derivano da studio e competenze.”



La ricetta di Elena

La ricetta è quella che caratterizza il mio modo di cucinare, che si riassume nel motto “molta resa poca spesa”, ed è *Sette sughi per sette sere*

Per 4 persone:

- 300 g pasta corta
- una zucchina
- un cipollotto
- una carota
- olio
- sale
- basilico

Questo sugo è una base a cui aggiungere ciò che troviamo nel frigo o in dispensa: tonno, prosciutto cotto, salmone, petto di pollo, formaggi, salsiccia, verdure, ecc; si può preparare in abbondanza e congelare in porzioni.

Pulire il cipollotto e farlo dorare in olio, versare la pasta in acqua. Nella padella dove c'è il cipollotto, mettere la carota tagliata con il pelapatate in modo da ottenere delle strisce sottilissime, coprire con il coperchio; passato un minuto, fare lo stesso con la zucchina e coprire, aggiungere qualche cucchiaino di acqua della pasta. Spegnerne ed aggiungere tanto basilico. Versare la pasta e aggiungere un filo d'olio.



La mozzarella per pizza di Latteria Montanari è la prima filata a vapore.

La filatura a vapore della cagliata di latte fresco è un'innovazione che preserva il naturale contenuto di sali minerali e vitamine per un alimento più sano e gustoso.

Tutti i vincitori di Emergente 2022

IL CONCORSO FIRMATO
CREMONA E VITALI,
I TALENT SCOUT DELLA
RISTORAZIONE DEL FUTURO

Un giro d'Italia per conoscere il presente e il futuro della ristorazione: è questa la lunga storia di successo di Emergente, il format creato dalla Witaly di Luigi Cremona e Lorenza Vitali e ormai consolidato e riconosciuto punto di partenza per costruire il proprio percorso di successo.

Quando si pensa a Emergente e lo si confronta agli altri Concorsi per le categorie professionali della ristorazione, è facile riportare la mente un parallelismo tra il Festival di Sanremo e il Festivalbar. I meno giovani ricorderanno infatti che a Sanremo molto spesso i cantautori "impegnati" nel sociale e che miravano a raggiungere un pubblico ben targetizzato decidevano di non partecipare, fidandosi invece di più del Festivalbar di Salvetti. Ed è quello che accade anche con Emergente dove spesso finiscono per gareggiare anche donne e uomini che possono vantare già esperienze professionali di tutto rispetto.

A ospitare le finali dell'edizione 2022 è stata la prestigiosa sede della scuola fondata da Gualtiero Marchesi, Alma a Colorno nel parmense. Molto qualificata la giuria, composta da professionisti di sala, chef e giornalisti di settore.

La prima prova per il personale di sala si è svolta nel corso della cena del venerdì mentre al sabato mattina i contendenti si sono cimentati in una prova orale:

a vincere è stato **Andrea Saccogna**, del Ristorante **Il Cavallino di Maranello BO**



Emergente Sala



Andrea Saccogna

*Emergente Sala winner 2022
Il Cavallino di Maranello BO*

ma una menzione della giuria è andata a Salvatore Matarazzo, Sommelier del Ristorante Re Santi e Leoni di Nola NA, per le particolari doti di empatia dimostrate durante la cena della sera precedente.



Emergente/Pizza

Il pomeriggio di Sabato 14 maggio è partita la gara della categoria EmergentePizza conclusasi poi la domenica con due prove: la pizza “NoWaste” (una pizza realizzata con materiali provenienti dalla lavorazione dei prodotti abituali utilizzati sulle pizze) e una a scelta libera.

La giuria ha assegnato la vittoria a Luca Vessecchia di Seu Pizza Illuminati a Roma.

Due le menzioni speciali: Rosario Giannattanasio di Acqua e Farina di Vicenza e Milena Natale della Pizzeria Verdevasinicola di Battipaglia.



Luca Vessecchia
Benevento Winner Pizza 2022
Seu Illuminati Roma



EmergenteChef

A chiudere le gare è stata quella di EmergenteChef. La vittoria è tornata per la prima volta a una donna, dopo quella di Antonia Klugman del 2009:

a vincere è stata infatti Sara Scarsella chef patron insieme alla sorella del ristorante Sintesi ad Ariccia.



Sara Scarsella
con compagno di vita
e Aiuto Cuoco

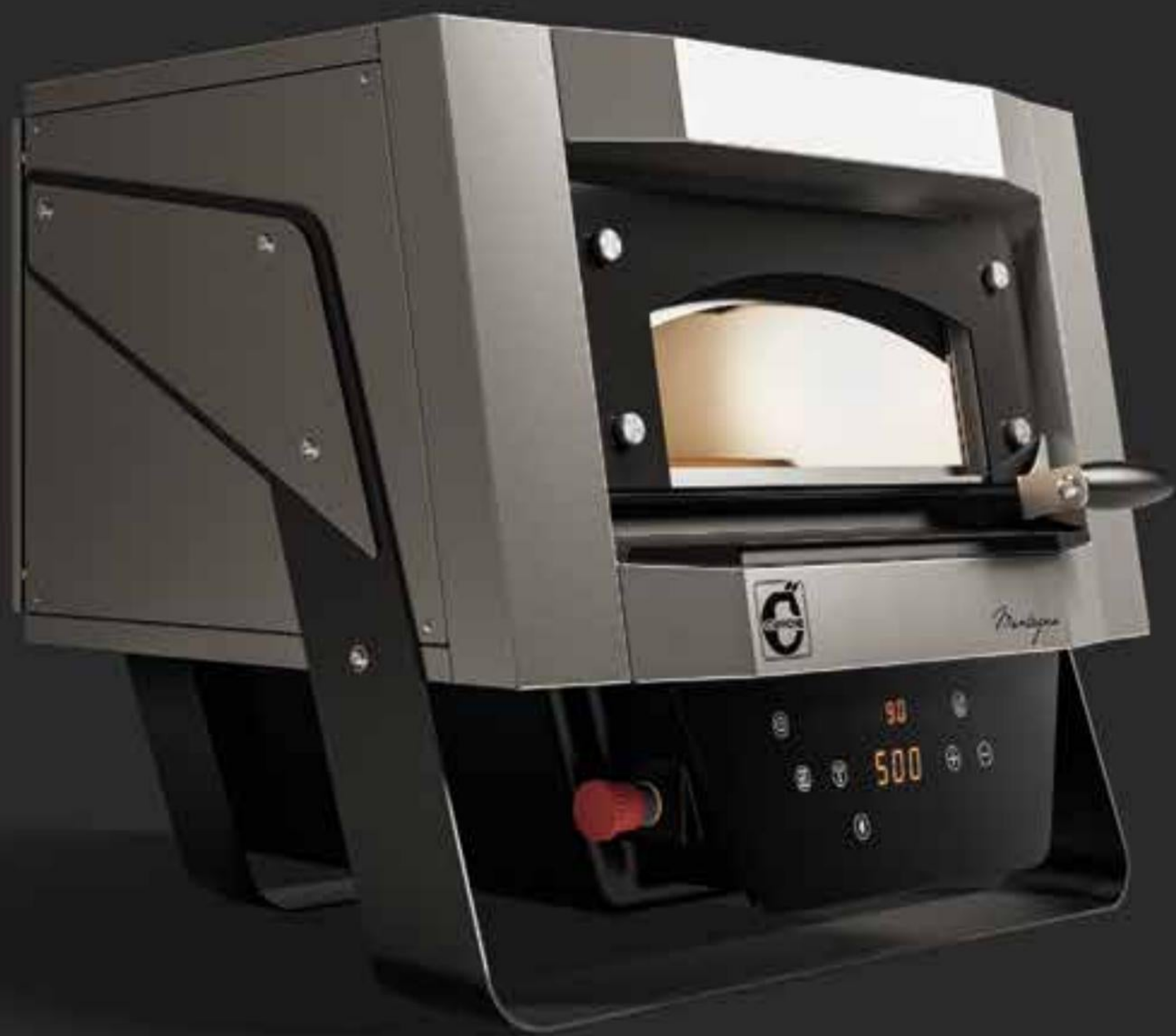
*Emergente Chef winner 2022
Ristorante Sintesi, Ariccia*

Due le menzioni speciali attribuite a Stefano Zanini di MOS Ristorante a Desenzano del Garda e a Mattia Pecis del Ristorante Cracco a Portofino.

Segnate questi nomi perché sicuramente ne sentirete riparlare molto presto.

HEat.
smART.

Cuppone presents **Mantegna.**
The first electric rotating single pizza oven.



**One Pizza.
Perfect. Always.**



f in You
Tube
www.cuppone.com

CUPPONE
since 1963



Pizza e Pasta Italiana a giugno è a Roma per vinòforum®

a cura della redazione

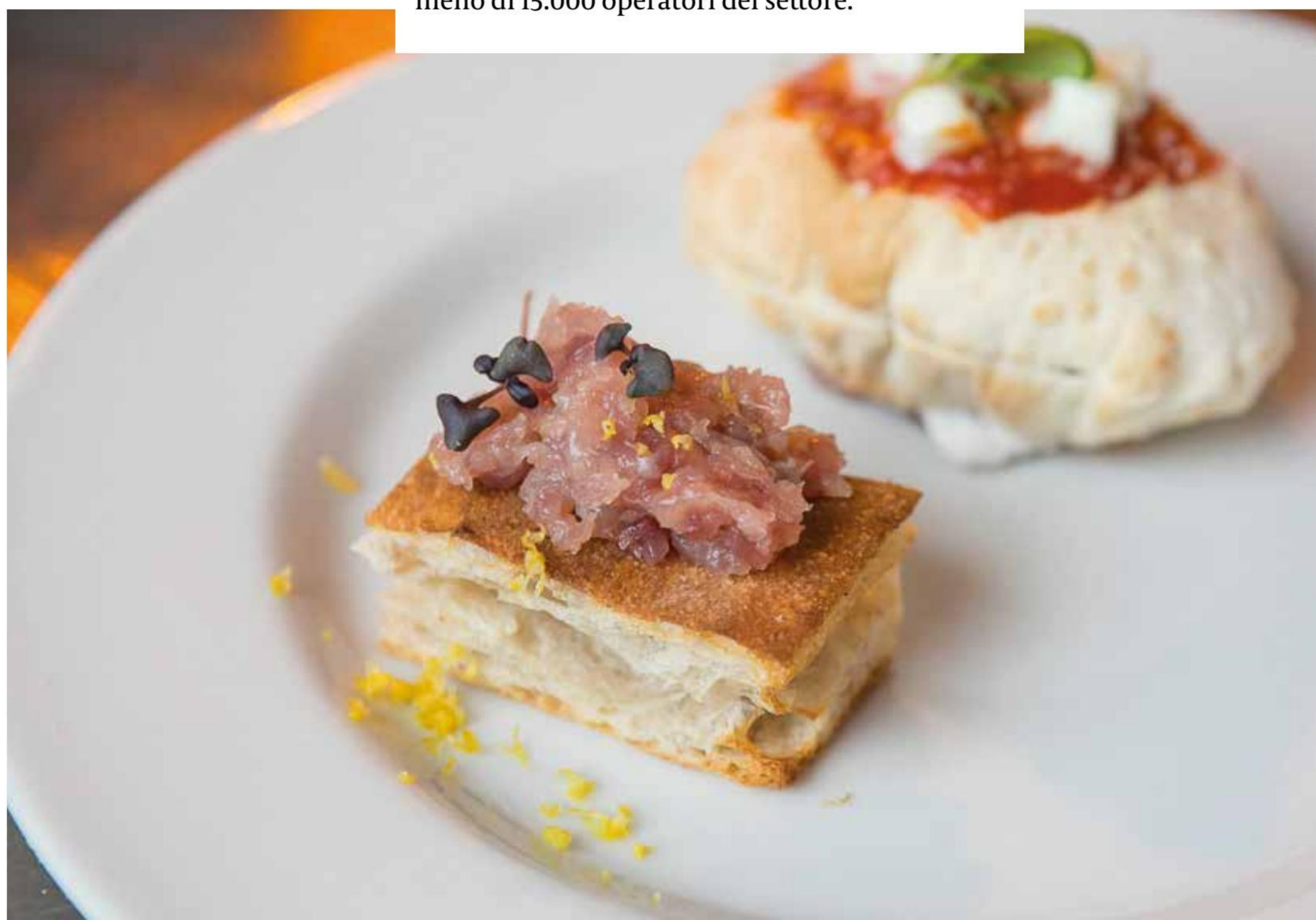
*Oltre 800 aziende vitivinicole italiane ed internazionali, chef stellati, ristoranti, enoteche, imprese gastronomiche, con l'unico obiettivo di promuovere la cultura agroalimentare del nostro Paese: tutto questo è **Vinòforum**, il più grande evento del vino del Sud Italia che apre le porte del buon bere a Roma per la sua diciannovesima edizione dal 10 al 19 giugno.*



Pizza e Pasta Italiana è quest'anno, per la prima volta, partner dell'evento con un'area interamente dedicata alla pizza d'autore ma, prima di anticiparvi alcuni dei nomi dei protagonisti, vogliamo darvi qualche informazione in più sulla manifestazione. Partiamo dal binomio pizza e vino che, per esempio, tradizionalmente, era molto in uso a Napoli: si trattava - certo - di abbinamenti tradizionali ed empirici ma dal piacevole gusto arcaico. Più di recente invece, grazie alle pizze "degustazione", vini più complessi hanno avuto l'onore di una citazione nei menù delle pizzerie. Oggi un locale che sceglie di non avere vini nel proprio menù è sicuramente preoccupato dai costi di gestione e dalla capacità di proporli alla clientela ma va tuttavia detto che ormai i consumatori sono molto più preparati di qualche anno fa ed è quindi per questo motivo che riteniamo importante essere partner di un appuntamento così importante.



Per numero di aderenti e qualità dei prodotti, Vinòforum è infatti la seconda manifestazione del settore vinicolo su scala nazionale. La sua attività si basa su un approccio orientato a business, formazione ed entertainment. Vinòforum registra ogni anno una crescita proporzionale non solo di visitatori appassionati, ma soprattutto di operatori, esperti del settore e stakeholder. Le visite si attestano per ogni edizione a circa 50.000 *wine & food lovers* e poco meno di 15.000 operatori del settore.





All'interno di Vinòforum ogni appassionato ha la possibilità di scegliere tra le oltre 2.500 etichette presenti: il biglietto d'ingresso comprende infatti un carnet con 10 degustazioni di vino delle aziende presenti all'interno della manifestazione, ad esclusione delle aree ad accesso riservato.

Vinòforum però non è solo vino ma anche buon cibo. Ogni anno tante aree diverse popolano l'evento che "accende" le serate estive del Parco Tor di Quinto, a partire dal *Temporary Restaurant* e dalle *Night Dinner*. Quest'anno - come anticipato - un'area sarà interamente dedicata alla pizza grazie alla partnership tra l'organizzazione dell'evento e la nostra testata. Per vivere insieme questi appuntamenti, tra cibo e dialogo, i giornalisti della redazione di Pizza e Pasta Italiana incontreranno ogni sera a cena una pizzaiola o un pizzaiolo diverso. Ecco i nomi: l'aquilana nata in Libia (ma oggi attiva in Sudtirolo) Marzia Buzzanca, la prima campionessa del mondo di pizza classica Rosa Casulli, il napoletano Salvatore De Rinaldi, il piemontese (ma di origini pugliesi) Massimiliano Prete, il toscano (ma nato in Campania) Pierluigi Police, il pizzaiolo dal "cuore di grano" Vito De Vita, la veronese "al settimo cielo" Petra Antolini, la "pizza woman" cilentana Francesca Gerbasio, il vulcanico partenopeo Salvatore Santucci e la "doppia coppia" Gianni di Lella (da Maranello) e Jacopo Mercurio (da Roma).



Per saperne di più, seguiteci sul sito pizzaepastaitaliana.it, sulle nostre pagine social Facebook e Instagram e sul portale ufficiale dell'evento: vinoforum.it



vinòforum

10-19 GIUGNO

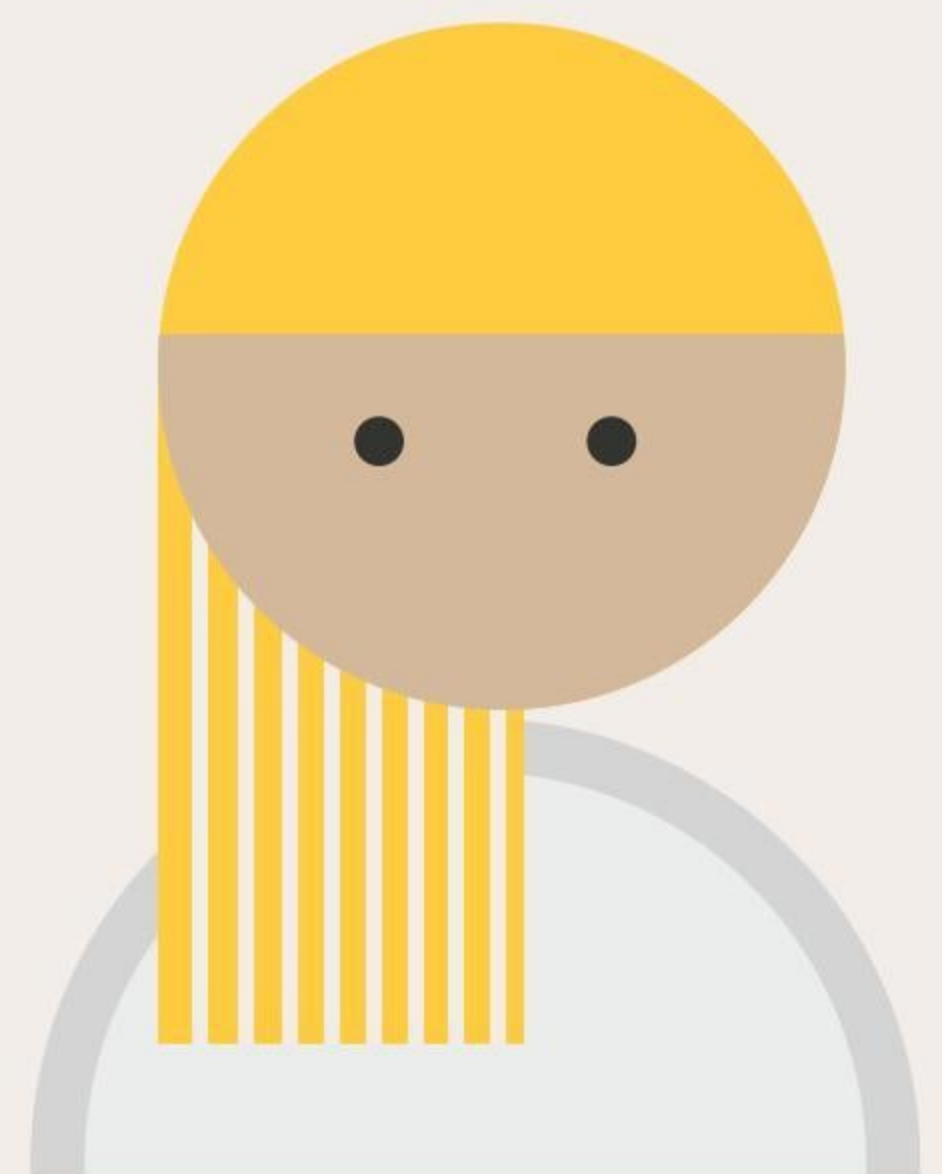
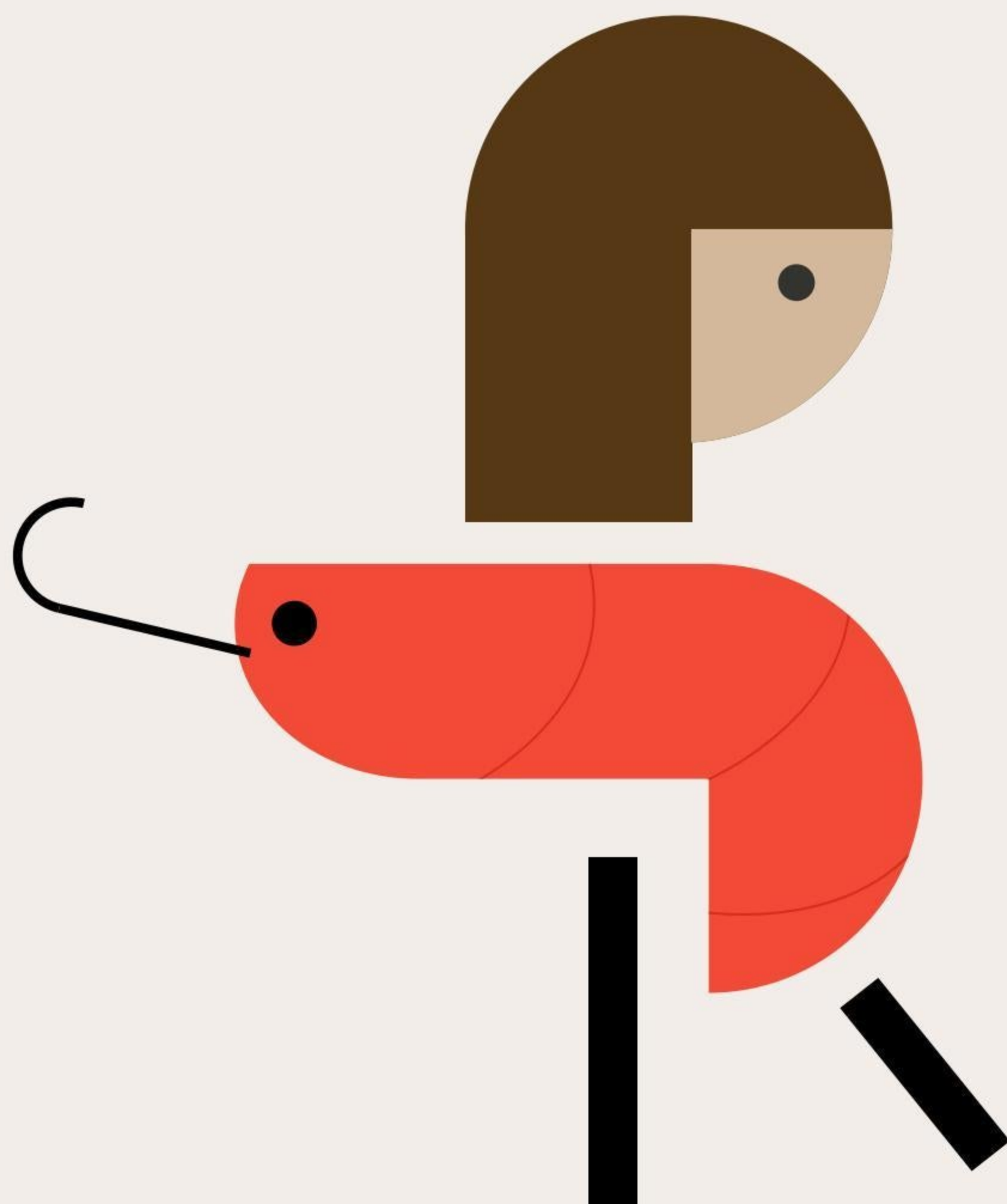
PARCO TOR DI QUINTO / ZONA PONTE MILVIO - ROMA

2.500 VINI

60 CHEF

GRANDI DEGUSTAZIONI

media partner



La parola ai pizzaioli



Il “segnalatore”

Nome: Manuel

Cognome: Baraldo

Città di nascita: Padova

Ristorante pizzeria:

Trattoria 7 Teste Pizza Concept

Via Pelosa, 49, 35030

Selvazzano Dentro (PD)

Storia professionale:

“Nasco come chef, con riconoscimenti a livello europeo; appartengo alla Chaine Des rotisseurs, e ho voluto chiudere il mio cerchio professionale avvicinandomi all'arte bianca con un mio concetto di pizza. Spesso le mie pizze rispecchiano la mia cucina: sono alla continua ricerca di sperimentazioni...per provare nuove emozioni.”

La pizza di Manuel:

“I miei impasti sono pizza classica, teglia, ed alta idratazione. Uno degli impasti che preferisco è un impasto con farina di corteccia (o farina di sussistenza) oppure un impasto al cioccolato puro, bitter, peperoncino e rosmarino.”

La ricetta:

“Una delle mie pizze preferite in stagione è la Moira, una pizza rossa con burrata, pomodorini confit, emulsione di basilico, alici del Cantabrico, roselline di crudo con sorbetto di pomodoro al basilico. L'impasto è idratato al 75%; idratazione con 30% di farina di sussistenza (corteccia di abete rosso). 48 ore di maturazione e 16 di fermentazione.

La pizzeria consigliata:

Consiglio quella di Gianni Calaon, a Padova. Lo consiglio perchè oltre ad essere un amico ed ottimo professionista, è colui che mi ha fatto avvicinare all'arte bianca.

www.7teste.it





Storia professionale:

“All’età di 25 anni ho deciso di aprire la mia prima pizzeria.

Il mondo della ristorazione, infatti, ha sempre avuto un posto speciale nel mio cuore: dopo aver frequentato la scuola alberghiera, ho lavorato come cameriere, iniziando così ad entrare nel vivo di questo settore.

Come spesso succede quando si è giovani e impavidi, mi sono lanciato nell’avventura di aprire la mia prima attività senza pensare ai rischi che potevo correre. L’ho fatto cavalcando l’onda dell’entusiasmo e il desiderio di afferarmi. A distanza di soli tre mesi, però, mi ritrovai all’improvviso senza il mio pizzaiolo e così fui costretto a rimboccarmi le maniche e decidere di diventare io stesso il pizzaiolo che avrei voluto.

Dal 1995 iniziai così a frequentare numerosi corsi di formazione sull’arte bianca e, a distanza di un anno, creai il mio lievito già di alta qualità. Nel 2000 aprì una nuova pizzeria a Padova, mantenendo il nome Penelope.

In questi anni iniziai a frequentare concorsi con varie personalità del mondo della panificazione e, proprio a seguito di questi confronti umani e lavorativi, è partita la vera storia!

Nel 2010 ho vinto il primo titolo mondiale come campione del mondo nella categoria “pizza classica”. Da lì a 5 anni, ho vinto altri quattro titoli in varie discipline e, a seguito di tali vittorie, numerose aziende iniziarono a volermi come testimonial dei loro prodotti in giro per il mondo.

Nel 2011 mi sono lanciato nella creazione della pizza in pala alla romana, che posso considerare il mio fiore all’occhiello! Un continuo susseguirsi di novità mi ha portato ad aprire Casa Penelope, il mio laboratorio artigianale.”

Il “segnalato”

Nome: Gianni

Cognome: Calaon

Città di nascita: Monselice

Ristorante pizzeria:

Rivoluzione Pizza

via Fryderyk Chopin, 6 - Padova

www.giannicalaon.com





La parola ai pizzaioli



La pizza di Gianni: "Sua Maestà"

Le mie pizze devono essere gustate con gli occhi, con il naso e solo dopo con il palato: la vista deve essere appagante, i profumi devono conquistare e il sapore deve confermare le aspettative. Solo così si porta a compimento la missione di un pizzaiolo: quello di portare la felicità.

Questa è una visione di innovazione che non potrà mai avere una fine: da un lato guardo agli impasti, mentre dall'altro punto su una selezione accuratissima di ingredienti di qualità e su abbinamenti originali e, ritengo, vincenti.

Ho creduto tra i primi nell'abbinamento vino/pizza; e questa si rinnova con impasti che ad un mix di farine aggiungono ingredienti innovativi come alga spirulina, curcuma, riso venere e canapa, che con i loro principi nutritivi vengono annoverati come cibi benefici e salutari.

Una sperimentazione iniziata con l'impasto alla canapa, con il suo seme ricco di vitamine antiossidanti preziose per la salute. Il risultato è stato talmente apprezzato che ho proseguito con altri esperimenti culinari: l'impasto giallo alla curcuma, dalle proprietà antinfiammatorie e immunostimolanti, proposto di preferenza con topping ai formaggi, cui è seguito l'impasto al riso venere, dal caratteristico look sale e pepe, altamente digeribile e con pochi zuccheri. Questo riso nero abbonda di sali minerali antinvecchiamento e aiuta a ridurre il colesterolo cattivo.

Infine è stata la volta dell'alga spirulina, diventata anche l'ingrediente principale di una sorprendente mousse alla ricotta di bufala, leggerissima e delicata; penso di essere riuscito a conquistare anche i più scettici grazie sia al gusto ottenuto che al colore.

La ricetta:

"Sua Maestà", semplice e gustosa: Pomodoro, fiordilatte, pomodori confit, stracciatella e emulsione di basilico.

IL TUO IMPERO INIZIA ORA. AVE, AVGVSTO!



TEMP. MAX 500°
CON MENO DI 10 KW



STAY GREEN
SENZA LEGNA



RISPARMIO ENERGETICO
SISTEMA BREVETTATO ATS



CUPOLA
PERSONALIZZABILE



AVGVSTO è il primo forno boutique a energia pulita. Per cuocere ogni tipo di pizza. Per semplificare il tuo lavoro, eliminando il caldo eccessivo con la barriera d'aria Air Trap System. AVGVSTO 6 e 9 pizze: la tecnologia di oggi nel rispetto della tradizione italiana.



Divin Graziano

*Il percorso di Graziano Monogrammi
e della sua Divina Pizza*

—
di Antonio Puzzi

La Divina Pizza nasce a Firenze nel 2010 con l'idea di portare nel capoluogo toscano una pizza diversa rispetto a quanto ci fosse fino ad allora. Graziano Monogrammi, uno dei grandi protagonisti della rigenerazione gastronomica contemporanea, non nasconde il suo obiettivo, ormai raggiunto: "Volevo un prodotto di qualità diverso dalla pizza maialona che andava forte in città, fatta con un disco di pasta sottile, a velo di cipolla, strabordante dal piatto e stracolmo di prodotti di discutibile qualità".

Quando ha aperto il locale in Borgo Allegri, a due passi dalla Basilica di Santa Croce, Graziano veniva da una precedente esperienza con la pizzeria Conca d'Oro a Greve in Chianti. "Aprendo nel centro di Firenze, ho deciso di usare solo farine macinate a pietra e lievito madre vivo e ho creato un prodotto sulla falsariga della pala alla romana, che avevo visto funzionare in altre città del Nord Italia ma non ancora a Firenze".



Oltre alla pala alla romana però Graziano ha saputo portare nel suo locale anche la pizza al piatto e il “cioccolatino” ossia una pizza in pala farcita anziché condita: una vera goduria!



Quando tutti aprivano pizzerie con posti a sedere, il tuo locale era vissuto principalmente come un “take away”: per te era un “gap” o un'opportunità?

Noi siamo partiti con un laboratorio artigianale, felici e contenti di fare un prodotto diverso. È vero che non avevamo tavoli ma per noi l'asporto era inteso in maniera diversa perché abbiamo sempre puntato a far assaggiare il prodotto qui da noi, con la possibilità di spiegare a ogni persona, davanti al banco espositivo, cosa stessimo proponendo. Come sai, mia moglie, la mia dolce signora è specializzata in spiegazioni e accoglienza, con tutto l'entusiasmo e la passione che le si confanno e questo ci ha consentito di comunicare a ciascun avventore la qualità del prodotto.

Quando i clienti sono seduti al tavolo, è più facile parlare loro di impasti, prodotti e in generale di qualità: tu come comunichi la qualità ai tuoi avventori?

In realtà, avendo sempre operato come ti dicevo poc'anzi, quando ci siamo trasformati in una pizzeria “canonica” con i posti a sedere, abbiamo continuato – talvolta anche in maniera eccessiva – a parlare con ogni cliente, spiegando il prodotto, quasi “educandolo”, con l'obiettivo di far capire non solo la qualità degli impasti ma anche la scelta di ogni singolo ingrediente, a partire da quelli reperiti dai piccoli produttori locali, senza passare da grossisti e altri intermediari. A ogni persona abbiamo parlato del “maialino vissuto felice”, ossia di quel prodotto ottenuto con carni di un maiale che – seppur condotto al macello – ha vissuto una vita non in gabbia o costretta in pochi metri ma “felice” per l'appunto di vivere in uno spazio ampio, una qualità che senti irrimediabilmente nel prodotto finale.





*Ti sei mai avvalso
di sistemi per il delivery?
Se sì, quali?*

Ti confesso che abbiamo dovuto usare uno strumento di consegna soltanto nel lockdown quando dovevamo reinventarci. Abbiamo rifiutato però le offerte delle varie piattaforme perché le considero una forma di schiavitù moderna in cui l'individuo è poco valorizzato e talvolta anche mal pagato (ma questo è solo il mio parere). Inoltre, queste chiedono delle commissioni esagerate sia a noi fornitori del prodotto sia al cliente finale. Così, ci siamo adoperati per cercare qualcosa di diverso e abbiamo trovato un'associazione che faceva servizio a domicilio e che ci garantiva che tutti i rider fossero assicurati. Poi, da luglio 2021, loro hanno dismesso quel tipo di servizio perché sono tornati a occuparsi di servizi sociali come facevano

in precedenza e anche io ho smesso di fare asporto. Sono però felice di dire che non usiamo le piattaforme soprattutto per un motivo: chi vuole portare il nostro prodotto a casa (un prodotto che ben si presta a questo scopo) deve venire qui, perché non mi piace l'idea di do-

vermi far trovare in un circuito digitale nel quale finisce di tutto. Ammetto che tuttora me lo chiedono (sia i clienti che le piattaforme) ma La Divina Pizza è un'altra cosa, è un posto in cui si mangia e voglio che continui a esserci convivialità e condividere il gusto di mangiare un prodotto diverso.



RISPARMIA
FINO AL 64%

NUOVA INDUSTRIA 4.0



TOUCH SCREEN
Funzionalità e
semplicità in un touch.



MULTIFUNCTION
3 forni in 1: Pizzeria,
Pasticceria, Panetteria.



ERGONOMIC OPEN
Sportelli frontali
controbilanciati.



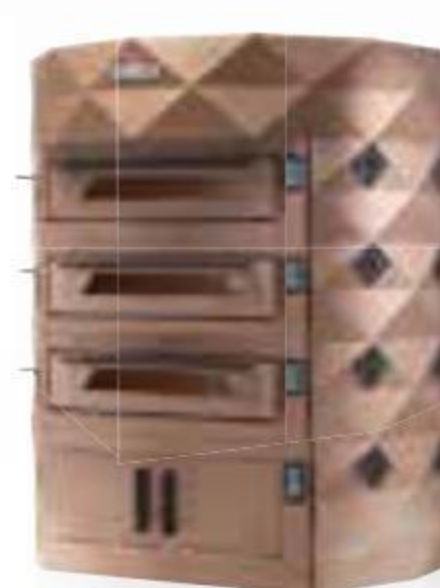
HEATING SPEED
Ultra velocità di
riscaldamento.

SIMULAZIONE COSTO SU UNA SPESA DI 10.000€
MENO IL CREDITO D'IMPOSTA 4.0: - 4.000€
MENO L'AMMORTAMENTO ORDINARIO: - 2.400€
COSTO FINALE EFFETTIVO SOSTENUTO: 3.600€

Con i nuovi incentivi statali paghi **il tuo nuovo forno meno del prezzo originale** con un risparmio effettivo **fino al 64%**, applicabile su tutti i nostri **forni modulari** con comando **touch screen** e **APP dedicata**.



BULL Design: Raffaele Gerardi



DIAMOND Design: Matteo Beraldi



VISOR Design: Lorenzo Remedi

Italforni Pesaro s.r.l.

Via dell'Industria, 130 - Loc. Chiusa di Ginestreto
61122 Pesaro (PU) Italia - Tel +39 0721 481515
info@italforni.it - www.italforni.it


ITALFORNI

Fabio Alveti,

un ottimista pignolo

di D.M.

Sono Fabio Alveti, romano (ma laziale!) classe '75, amante della vita, della sua famiglia e della pizza. Un ottimista pignolo. Le mie figlie e mia moglie sono la mia forza, la mia linfa vitale. La loro serenità è tutto per me. Ho avuto delle dure prove dalla vita ma mai ho smesso di credere che dopo la tempesta c'è sempre la quiete. Il mio motto è: non smettere mai di sognare e di imparare."

Fabio Alveti, il neo Campione del Mondo di Pizza senza Glutine, è un uomo deciso, preparato, umile e riconoscente alla vita, nonostante le dure prove passate.

La sua è una storia di passione e sacrifici, ed al contempo sempre alimentata dalla speranza di poter superare prove ed avversità. "Essere campione del mondo è il coronamento di tanti sacrifici, delusioni, ed al contempo l'avverarsi di un sogno. Non potete capire poi cos'abbia significato vincere la categoria Gluten Free: per me ha un significato ancora più speciale. Dedico questa vittoria alla mia famiglia, ai miei angeli lassù, al mio staff e ai miei clienti che sono i nostri veri giudici. Ovviamente non si smette mai di imparare per migliorare e ci vediamo al prossimo mondiale, magari gareggiando per un'altra categoria come la Pizza a Due, ma sempre gluten free".



Fabio, come ti avvicini al settore e qual è la tua storia professionale?

“Mi sono avvicinato al settore prima per passione, grazie a mia moglie. Ero responsabile di magazzino per una holding mondiale ma ho sempre avuto il pallino per la pizza. Quando sono andato a convivere, ci divertivamo a cucinare insieme e lei è stata la mia prima insegnante. Siccome ero interessato ai differenti tipi di impasti, ho cercato su Internet una scuola e sono “incappato” nella Scuola Italiana Pizzaioli di Ostia. Gianluca Procaccini, il docente di quella sede, è colui a cui devo molto. Mi ha instradato e insegnato moltissimo con il suo corso del 2011. Dopo il corso ho fatto degli stage non retribuiti presso una pizzeria di Fiumicino, il cui proprietario era un ex allievo del Maestro Procaccini. Che periodo intenso! Lavoravo dal lunedì al venerdì in magazzino e poi sabato e domenica in pizzeria gratis. Poi è sopraggiunta la mia malattia nel 2014: le operazioni, le terapie oncologiche e nel 2016 ho capito che la mia passione per la pizza doveva diventare professione. Ho frequentato altri corsi tra i quali il primo master gluten free presso la Scuola Italiana Pizzaioli a Caorle con il grande maestro Graziano Bertuzzo e ho iniziato a studiare la celiachia frequentando corsi dell'AIC e della Regione Lazio. In questi anni, ho avuto la fortuna di confrontarmi con grandi pizzaioli in varie gare, oltre a partecipare come ospite e concorrente a varie trasmissioni radiofoniche e televisive: sono dell'idea che queste competizioni siano momenti di condivisione di esperienze e di miglioramento.”

Cosa vuol dire per te essere pizzaiolo?

“Essere pizzaiolo per me è voglia di mettermi continuamente alla prova, puntando al futuro, con uno sguardo agli insegnamenti del passato e traendo dal presente la voglia di crescere per offrire un servizio eccellente ai miei clienti. Ho un'idea fissa: l'impasto della pizza, a lunga maturazione, su misura per adattarsi ai gusti e ai sani sfizi di ogni cliente, celiaco e non, pensando anche alla sua salute.



Tutto esclusivamente “Made in Italy” e di provenienza certificata, nel pieno rispetto delle normative vigenti. Nei 2 laboratori di *Altrocheimpasto* (la sua pizzeria, n.d.r.), separati e dedicati rispettivamente al Senza Glutine e ai prodotti con glutine, oltre ad impastare artigianalmente, sforniamo pizze tonde dolci o salate e consegniamo in modalità contactless tutte le sere, anche grazie alla nostra APP dove il cliente può scegliere se venire a ritirare direttamente in sede o a casa propria.



"Una pizza su misura per adattarsi ai gusti e ai sani sfizi di ogni cliente, celiaco e non"

Le nostre consegne sono speciali perché avvengono grazie ad una piastra brevettata da me... Ho il pallino delle invenzioni! Copriamo le zone di Ardea, Pomezia ed Aprilia e collaboriamo inoltre con associazioni culturali ed istituti per l'infanzia con i nostri corsi da baby pizzaioli, dove oltre ad impastare la pizza, informiamo i bimbi sulla celiachia. Siamo accreditati ormai dal 2016 AIC - Associazione Italiana Celiachia”

Perché hai partecipato al Campionato Mondiale della Pizza?

“Penso che Il campionato Mondiale sia il sogno di tutti i pizzaioli: il vero ed unico. È il *Grand Prix* della pizza; l'atmosfera che vi si respira non la ritrovi da nessuna parte, adrenalina allo stato puro.

Ci ho partecipato per la prima volta nel 2019, purtroppo ho dovuto abbandonarlo per un grave lutto familiare e quest'anno non sapevo se andare o meno. Mia moglie mi ha spinto a farlo anche per finire ciò che non avevo potuto completare quell'anno e per dedicarlo a chi sta lassù.

Non vi nego che ho partecipato non con l'idea di vincere, ma di incontrare vecchi amici pizzaioli e imparare. Infatti il 7 aprile quando sono stato chiamato per avvisarmi che sarei stato sul podio non ci volevo credere...stavo già quasi a Roma! Mi sembrava fosse un sogno, ho virato in autostrada e sono tornato a Parma con il cuore che batteva fortissimo.”

Come mai hai scelto di partecipare alla categoria gluten free e che impatto ha sul tuo locale questa tipologia di pizza?

“Il gluten free è la mia passione: come si dice a Roma, è la mia fissa.

Mi sono avvicinato al mondo gluten free perché il bimbo di un nostro amico era celiaco ed era sempre messo in disparte alle feste.

Nelle mie zone, ho il primato di aver fatto le prime consegne a domicilio Gluten Free. Quando ho aperto, tutti mi vedevano come il pazzo che investe su 2 laboratori e su 2 forni dedicati e invece ora... non sapete la soddisfazione quando vedo i sorrisi soddisfatti dei miei clienti anzi, dei miei “celiamici”. Mi sento milionario! Non vi nego che mi sento più sicuro sul gluten free che sugli altri impasti. Ormai ho creato la mia miscela...che va alla grande. *Altrocheimpasto* fa la differenza e i miei clienti vengono anche da lontano per assaggiare le mie gluten free e ne sono felice e onorato. Ringraziando Dio, durante il Covid ho lavorato moltissimo anche portando il gluten free negli ospedali.”

"mi sento più sicuro sul gluten free che sugli altri impasti."





Delivery e Take away gluten-free con i prodotti Schär Foodservice

SCHÄR
 foodservice.it@drschaer.com
 www.schaer-foodservice.it
 tel. 0473 293595

In Italia ci sono più di 200mila celiaci con diagnosi in aumento, a cui si sommano altre patologie che richiedono un'alimentazione gluten-free: una clientela strategica a cui il fuoricasa, compresi take away e delivery, deve garantire un'offerta adeguata.

Schär Foodservice dedica al canale un assortimento completo di ingredienti e prodotti senza glutine: miscele di farine, pane, pasta, piatti pronti e snack di alta qualità, pratici e sicuri.

Ideali per il delivery e il take-away le pizze pronte surgelate, come la *Pizza Margherita*, o la *Base Pizza* già stesa, precotta e surgelata in teglia anticontaminazione che permette all'operatore di personalizzare la pizza in base alle richieste, e i **piatti pronti surgelati** in monoporzione, come *Lasagne* e *Cannelloni*.

Per accompagnare i pasti è disponibile il pane in pratica e sicura monoporzione: il *White Bread*, oltre al *Pane Casereccio*, le *Mini Baguette*, e i classici *Crackers* e *Grissini*.





Con quale pizza hai vinto il Campionato del Mondo?

“Ho vinto con la mia fuori menu più venduta: la Suprema.

Impasto gluten free indiretto, miscela di farine di mia creazione, idratazione 95%, maturato 72 ore.

La base è di besciamella senza glutine e lattosio e poi vi si trovano speck, mozzarella, crema di tartufo, Pecorino Romano Dop, olio evo DOP di Canino, zucchine romanesche bio e chips di pancetta di Amatrice.

A detta dei miei clienti, è una bomba, un giusto equilibrio gustoso, una alchimia di sapori forti”.

"A detta dei miei clienti, è una bomba"



Suprema



scegli **INNOVAZIONE ED EFFICIENZA**
con **NUOVA INDUSTRIA 4.0**
risparmi oltre il 70%
dell'investimento



**Forni professionali
modulari e monoblocco,
una gamma completa
per le esigenze
della pizzeria moderna.**

Elevata capacità produttiva.

Ridotti consumi energetici.

Comandi su touch screen
o elettromeccanici.

Gestione calibrata della cottura.

Configurazioni, allestimenti
e dimensioni personalizzabili.



Castelliforni 

Forni Macchine e Attrezzature
per Pizzerie Pasticcerie Tavole Calde
Impianti Professionali per la Ristorazione

00176 Roma (Italy) - Via Fortebraccio, 33
Tel. (+39) 06.21700173 - Fax (+39) 06.21701341
www.castelliforni.it • info@castelliforni.it

Giuseppe
“acchiappatutto”.



Le tante vittorie al Campionato Mondiale della Pizza di Giuseppe Criminisi

di C.O.

Racalmuto è un paese siciliano di circa 7000 abitanti situato in provincia di Agrigento. Famoso per aver dato i natali a Leonardo Sciascia, è anche paese di nascita del vincitore della gara di Pizza in Pala del Campionato Mondiale della Pizza 2022, Giuseppe Criminisi.

Giovane pizzaiolo, Giuseppe al Mondiale ha fatto incetta di premi dimostrandosi un pizzaiolo davvero completo: oltre al gradino più alto in Pizza in Pala è arrivato terzo (ex aequo con Domenico Vassallo) nella gara di pizza classica, ha vinto il Premio Speciale Parmigiano Reggiano ed infine ha conseguito il primo posto nel Triathlon, assegnato al professionista che ha ottenuto la somma più alta dei risultati conseguiti in almeno tre specialità di cottura.





Giuseppe, perché hai deciso di partecipare al Mondiale?

“Ho deciso di partecipare al campionato mondiale della pizza per mettermi in gioco a 360 gradi, determinato a coronare anni di studio, impegno, passione e sacrifici. La pizza in pala, insieme alla pizza classica, sono da sempre stati i miei cavalli di battaglia. La pizza in pala in particolare per me è sinonimo di croccantezza, friabilità ed allo stesso tempo scioglievole al morso e soprattutto digeribile grazie all'elevata idratazione, all'utilizzo di farine semintegrali, ai prefermenti ed al lievito madre.”



“Sono un giovane pizza chef siciliano di Racalmuto e con le mie pizze voglio raccontare i sapori ed i profumi autentici della mia terra. Sin dagli inizi del mio percorso professionale, sono stato cultore di una filosofia culinaria che vede come protagonista il mio lievito madre che, tramandato da mio nonno, è da sempre presente nei miei impasti. Ho iniziato come autodidatta, poi ho conseguito il diploma presso l'istituto alberghiero ed ho fatto della mia passione per i lievitati la mia professione!”

"La pizza in pala per me è sinonimo di croccantezza"





Cos'hai provato ad essere chiamato sul gradino più alto del podio?

“Essere Campione del Mondo per me significa coronare un sogno: dopo aver vinto nei passati diverse competizioni a livello nazionale

il Campionato del Mondo rappresenta oggi la mia massima aspirazione.”

Raccontaci la pizza con cui hai vinto.

“La pizza che mi ha portato alla vittoria nella categoria Pizza in Pala si chiama *oro di Sicilia* ed è realizzata principalmente con ingredienti siciliani a km. 0: mozzarella di bufala, pesto di pistacchio, gambero rosso di Mazara, punte di asparagi alla menta, scorza di limone, bottarga di ricciola e menta glaciale artica. L'impasto è stato realizzato con un prefermento biga all'80% e ho usato farine semintegrali per accentuare profumi e gusto, enfatizzato anche dall'utilizzo del lievito madre.”



Oro di Sicilia

"ingredienti siciliani a km.0"





Forni Cuppone

CUPPONE F.LLI S.R.L.

Via Sile 36 - 31057
Silea (TV) - Italy
tel. +39 0422 361143

Federico Cuppone, Ceo dell'azienda trevigiana che vanta una storica partnership con il Campionato Mondiale della Pizza, ci racconta le sue impressioni post evento.

Quali sono le sue riflessioni dopo la ripartenza del settore segnata dalla manifestazione di Parma?

“L'affluenza al Campionato è stata notevole e le persone erano decisamente motivate, sempre più interessate a prodotti di qualità e si percepiva la grande voglia generale di ricominciare. L'inizio della stagione estiva sicuramente aiuterà tutti noi a riprendere un'attività regolare.”

Che sensazioni ha avuto sullo “stato di salute” del comparto?

“Il mercato nel nostro settore è un mercato attivo, vivo, vi sono sempre nuove idee in cantiere, prospettive di ampliamento e miglioramento. Le opportunità non mancano, basta restare sempre aggiornati ed al passo con i tempi.”

Quali invece le nuove tendenze?

“Sicuramente negli ultimi 2 anni abbiamo preso consapevolezza su come la mancanza di rapporti personali diretti e l'impossibilità di spostarsi liberamente debba essere ovviata con una serie di accorgimenti ed implementazioni su diversi livelli.

Questi devono estendersi non solo ai prodotti offerti ma anche ai servizi pre-post vendita. Formazione con video tutorial, webinar ed ogni tipo di coinvolgimento, seppur a distanza, è diventato un must per ogni azienda.

A questo si aggiunge l'innovazione continua applicata ai prodotti: beni rientranti nell'industria 4.0 che permettono ai fruitori non solo vantaggi economici ma anche miglioramenti sulla qualità del loro lavoro grazie ad un'interazione uomo/macchina sempre più veloce ed intuitiva ed una teleassistenza immediata in caso di necessità.”

Un commento sui grandi protagonisti dell'evento, i pizzaioli.

“Attenzione al dettaglio” credo sia questa la principale caratteristica di questa edizione del Campionato.

Pizzaioli attenti ai prodotti offerti, alla loro qualità, alla loro unicità, attenzione agli abbinamenti e sempre più cura dell'impasto e della sua lievitazione.

*Federico Cuppone,
secondo da sinistra*



I PARTNER DEL
CAMPIONATO
MONDIALE
DELLA PIZZA



Zanolli Forni

DR. ZANOLLI SRL

Via Casa Quindici 22 - 37066
Caselle di Sommacampagna,
Verona - Italy
tel. +39 045 8581500

N La storica azienda veronese, dal 1952 specialista dell'arte bianca, è al terzo anno consecutivo di partnership al Campionato Mondiale della Pizza. Abbiamo chiesto ad Erika Brighenti, Responsabile Comunicazione e Marketing, le sue impressioni sull'edizione svoltasi lo scorso aprile a Parma.

Quali sono le sue riflessioni dopo la ripartenza del settore segnata dal Campionato?

“Dopo quelli che per il settore della ristorazione sono stati due anni difficili, la determinazione dell'Organizzazione nel voler riportare a Parma il campionato ai suoi massimi livelli raccoglie, secondo me, un tacito appello della categoria a mettersi di nuovo in gioco su un palcoscenico autorevole come quello del Campionato del Mondo della Pizza.”

Che sensazioni ha avuto sullo “stato di salute” del comparto?

“Lo stop forzato legato al Covid non ha fiaccato lo spirito dei professionisti che anzi, in questi due anni, si sono applicati nella ricerca di materie prime sempre più di qualità, spesso legate al proprio territorio e a realtà sostenibili, nell'affinare le loro tecniche, nell'intento di valorizzare la loro proposta gastronomica ed elevando ulteriormente la cultura della pizza.”

Quali invece le nuove tendenze che è riuscita a percepire?

“Ho visto una grande partecipazione sia nella categoria Senza Glutine che nella Pizza a Due, segno che, se da un lato il pizzaiolo è estremamente attento alle esigenze di salute della propria clientela, dall'altro il connubio tra pizza e cucina permette di regalare esperienze di gusto raffinate e ricercate; sempre a beneficio della soddisfazione del cliente.”

Un commento sui grandi protagonisti dell'evento, i pizzaioli.

“Dopo diversi anni di partecipazione ho imparato a riconoscere i volti degli “affezionati” che anno dopo anno tornano per misurarsi nella loro propria categoria o mettersi alla prova in una specialità diversa e fuori dalla loro zona di confort. Con piacere ho visto anche numerosi volti giovani e parlando con diversi giudici mi hanno confermato che tanti ragazzi si sono cimentati, magari per la prima volta, in una competizione di livello mondiale, con professionalità ed entusiasmo. Questo continuo mettersi in gioco per volersi migliorare è la linfa vitale di un'azienda come Zanolli che da 70 anni lavora al fianco dei professionisti del mondo della pizza.”

Al centro Erika
Brighenti





SCUOLA ITALIANA PIZZAIOLI

Scuola di alta formazione professionale.

IL VALORE DELL'ESPERIENZA

OFFERTA FORMATIVA

CORSO BASE

5 giorni - 40 ore

CORSO DI ALTA FORMAZIONE

10 giorni - 80 ore

CORSO COMPLETO SENZA GLUTINE

PIZZERIA, PANIFICAZIONE E PASTICCERIA

5 giorni - 40 ore

CORSO FORMAZIONE PROFESSIONALE PIZZAIOLO

15/20 giorni - 80 ore

CORSI DI SPECIALIZZAZIONE

2 giorni - 16 ore

PIZZA IN PALA
PIZZA IN TEGLIA
PIZZA NAPOLETANA
PANE IN PIZZERIA
IMPASTI ALTERNATIVI
PIZZA IN PADELLINO
PIZZA E PANE SENZA GLUTINE
PASTA FRESCA
PANETTONE, COLOMBA E FOCACCIA

ISCRIZIONI

+39 366 8210172

INFO@SCUOLAITALIANAPIZZAIOLI.IT

INFORMAZIONI

COORDINAMENTO E SEGRETERIA

Cristina Mandolin

AREA TECNICA

Graziano Bertuzzo

AREA DIDATTICA

Luca Gaccione



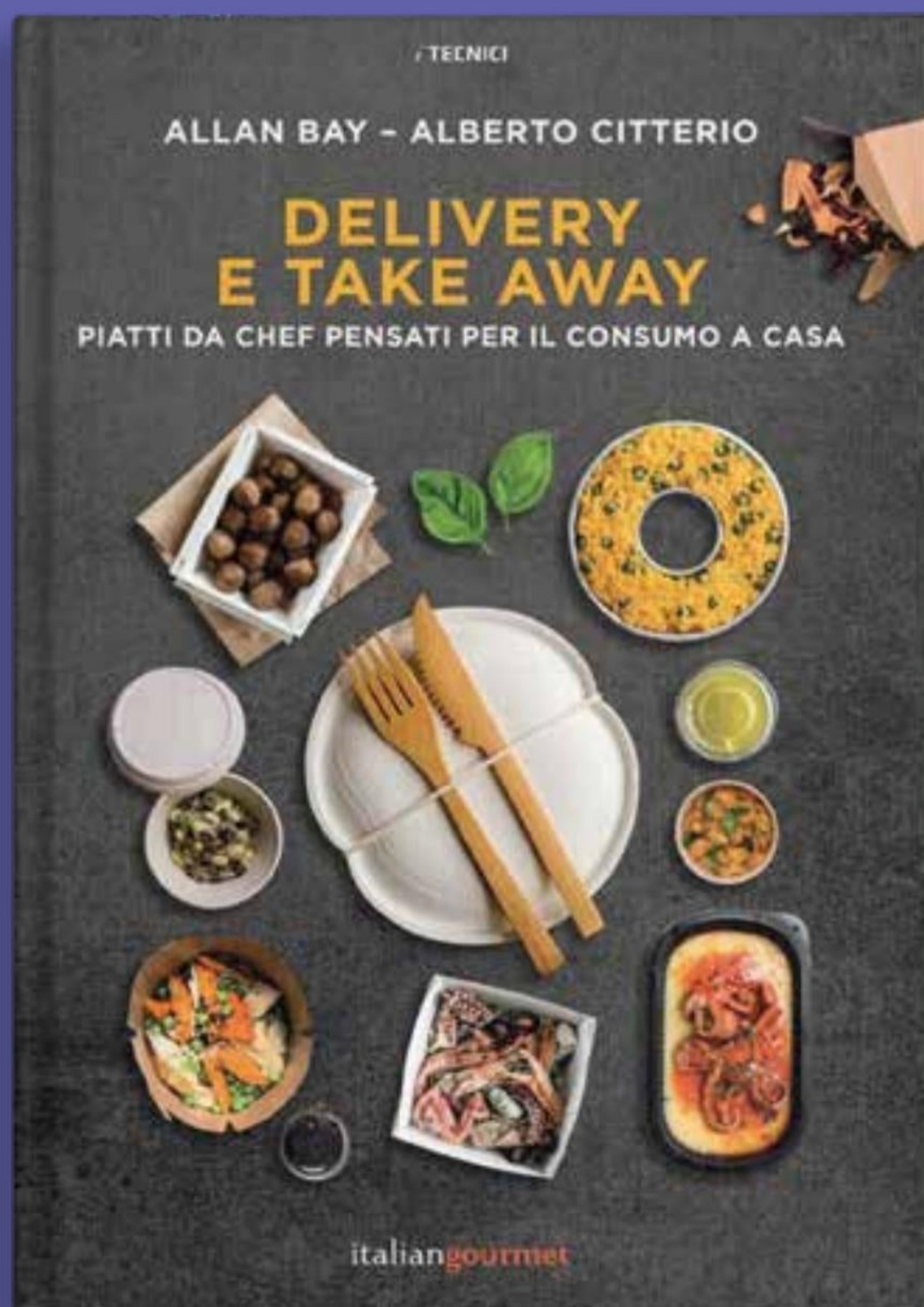
CERTIFICATE
N IT 11/0050



www.scuolaitalianapizzaioli.it

Casa editrice: *Italian Gourmet*
Prezzo di copertina: € 75,00

Delivery e Take Away



Piatti da chef pensati per il consumo a casa

A cura della redazione



PinsaStyle ai cereali

Pinsa croccante, fragrante e ricca di fibre grazie ad un mix esclusivo composto da 9 cereali e semi di lino.



Scopri su
www.greci.com
la ricetta della Pinsa
con Crema scamorza,
Shiitake e Pomodori rustici.

UN LIBRO
AL MESE

In questo numero lo abbiamo detto a più riprese: si fa presto a dire delivery! Ma una delle domande a cui forse non siamo riusciti a dare una risposta esaustiva è questa: qualsiasi piatto preparato in pizzeria o al ristorante può essere consegnato a casa del cliente in maniera (più o meno) fedele alla versione degustata al tavolo? E se invece fosse necessario fare delle scelte per riuscire a “trasportare” al meglio la nostra cucina? A interrogarsi a fondo sulla questione in questo libro sono stati due protagonisti della gastronomia contemporanea: lo chef Alberto Citterio e il critico gastronomico Allan Bay.

Il libro rappresenta una bussola per orientarsi nel complesso mondo delle ricette da proporre per l'asporto e si suddivide in tre capitoli principali: i piatti freddi, pronti da mangiare a temperatura ambiente, per il quale il cliente non deve fare nulla; i piatti che richiedono solo di essere scaldati in forno, sia classico sia a micro-onde; i piatti che il cliente deve “montare” a casa in pochi minuti. A questi seguono due capitoli tematici, dedicati alla pizza e all'universo pasta & risotti, preparazioni amate da tutti che richiedono un'attenzione particolare, e due sezioni dedicate a uova, contorni e salse citate nel libro. In totale sono 365 ricette.



Prevalentemente legate alla tradizione italiana, ma senza dimenticare certi classici internazionali o gli etnici sempre apprezzati e ormai noti ai più. Non mancano i suggerimenti degli autori per un delivery di successo: puntare sui clienti fedeli e sul quartiere; consegnare con personale proprio e garbato, utilizzare un packaging dignitoso ma senza esagerare. Un altro aspetto molto importante riguarda i molti dei piatti suggeriti nel volume perfetti per il “mini banqueting”. Le ricette sono organizzate per una linea da 10 persone, la gestione più comoda per un ristorante; gli ingredienti che servono al momento della comanda, invece sono per una porzione, di modo che ciascuno possa gestirsi al meglio al momento della consegna. Per ognuna delle ricette, gli autori indicano cosa dire al cliente per la finitura a casa, magari allegando un foglietto di istruzioni.





KUMA FORNI

La fabbrica dei forni rotanti per pizza

Legna, Gas, Elettrici



Cottura uniforme delle pizze **GARANTITA!**



Disponibili in diversi
colori e materiali



Piano di cottura a temperatura costante
grazie alle resistenze indipendenti
Riduzione dei costi di gestione



www.kumaforni.com



+39 045 8753264



info@kumaforni.it



[facebook/kumaforni](https://facebook.com/kumaforni)

Via Monte Corno, 11 - 37057 S.G. Lupatoto (Vr)



Combina sapore intenso piacevolmente dolce con caratteristiche tecniche equilibrate per una lavorabilità tradizionale. Offre un sapore caratteristico, pieno e dolce che risalta nella degustazione dei prodotti da forno.



SCOPRI TUTTA
LA GAMMA
DI FARINE
LE 5 STAGIONI

